

Sympati for en lampe

En analyse av hvordan Spike Jonze sin reklamefilm for Ikea inviterer til en følelse av sympati for en bordlampe.



Masteroppgave i medievitenskap for lektorprogrammet

Institutt for medier og kommunikasjon

Universitetet i Oslo

Våren 2011

Øivind Strand Sandbu

Forord

Jeg vil benytte dette forordet til å takke følgende personer og institusjoner:

Ove Solum for konstruktiv veiledning både på et menneskelig og faglig nivå.

Hanne Ødemark for språkhjelp.

Vilberg skole for å være en fleksibel og forståelsesfull arbeidsgiver som har lettet arbeidet med denne oppgaven.

Eidsvoll Bibliotek for utmerket service.

Kona mi for vedvarende støtte og oppmuntring.

Barna mine, Isak og Iben, for hver dag å minne meg på hva som er viktigst i livet.

Sammendrag/ Summary

Denne masteroppgaven undersøker hvordan Spike Jonzes reklamefilm for Ikea inviterer til sympati for et tilsynelatende dødt objekt, en lampe. Her forstås sympati både som *medfølelse*, eller en vedvarende pro -holdning, og i betydningen å *synes synd på*. I analysen anvendes teorier innenfor kognitiv filmteori og da spesielt Murray Smiths *sympatistruktur*, Greg M. Smiths *mood-cue approach* og Margrethe Bruun Vaages teorier angående empatiens funksjon i filmopplevelsen. Analysen finner at det foregår en form for besjeling ved at tilskueren gjenkjenner lampen som en karakter og samtidig legger den menneskelige egenskaper som det å kunne tenke og føle. I tillegg har lampen klare barnlige trekk, noe som umiddelbart gjør oss velvillig innstilt til den. Videre finner jeg at stil og stemning har stor betydning for tilskuerens opplevelse av lampen som trist, men foreslår samtidig at tilskueren forstår *hvorfor* lampen er trist ved å engasjere seg empatisk. Oppgaven er således et forsøk på å integrere ulike perspektiver på tilskuerens engasjement med fiktive karakterer og belyser samtidig at engasjementet kan være svært komplekst og operere på ulike nivåer. Det er ikke bare filmen i seg selv som har betydning, men også tilskuerens investering i den.

This master thesis analyzes how Spike Jonze's Ikea advert evokes sympathy for a seemingly dead object, a lamp. Sympathy, in this context, is understood both as concern, or a non-passing pro-attitude, and in the sense of feeling pity for. In the analysis theories in the field of cognitive film theory have been applied, particularly Murray Smith's *structure of sympathy*, Greg M. Smith's *mood-cue approach*, and Margrethe Bruun Vaage's theories concerning the *function of empathy in film engagement*. The analysis finds that a form of personification takes place; the viewer recognizes the lamp as a character and at the same time ascribes human qualities to it, e.g. being able to think and feel. In addition, the lamp has clear childlike features, which immediately makes us benevolent towards it. Furthermore, I find that style and mood are important for the viewer's experience of the lamp as sad, however, I also suggest that the viewer, by empathic engagement, understands *why* the lamp is sad. Thus, the thesis is an attempt at integrating different perspectives on the viewer's engagement with fictive characters, and also explains that such engagement can be a complex process that operates on different levels. It is not only the film in itself that is of importance, but also the viewer's investment in it.

Innhold

FORORD.....	1
SAMMENDRAG/ SUMMARY.....	2
INNHold	3
1. INNLEDNING.....	4
1.2 PROBLEMSTILLING.....	5
1.3 BEGREPSAVKLARING OG AVGRENSNING.....	7
1.4 FILMVALGET	8
1.4.2 <i>Spike Jonze</i>	9
1.5 METODE OG TEORI	10
1.6 DISPOSISJON.....	13
2. KOGNITIV FILMTEORI.....	14
2.2 SYMPATI OG EMPATI	16
3. MURRAY SMITHS SYMPATISTRUKTUR.....	18
3.2 GJENKJENNELSE.....	18
3.3 SENTRERING	21
3.4 TROSKAP	22
4. FØLELSER, STIL OG STEMNING	24
4.2 STEMNINGSTEGN OG EMOSJONELLE MARKØRER.....	24
5. EMPATIENS FUNKSJON I FILMOPPLEVELSEN	27
6. BECAUSE YOU'RE CRAZY – ANALYSE AV IKEAREKLAMEN	30
6.1 SYNOPSIS	30
6.2 LAMPEN – GJENKJENNELSE.....	30
6.3 BLIKK UTEN ØYNE – SENTRERING	38
6.4 EN VERDILØS LAMPE – TROSKAP	44
6.5 FRA HIMMEL TIL HELVETE – STILEN OG STEMNINGENS BETYDNING.....	47
6.5.2 <i>Øvrige Stilelementer</i>	51
6.6 DET KALDE REGNET – EMPATI MED EN BORDLAMPE.....	53
6.7 EN SVENSK -AMERIKANER ENTRER SCENEN – OM BRUDDET	55
7. AVSLUTNING	57
SEGMENTERING.....	60
REFERANSER	63
ILLUSTRASJONER.....	65
FILM.....	65

1. Innledning

"Many of you feel bad for this lamp. That is because you're crazy! It has no feelings[...]"

(*Spike Jonze Ikea ad* [online] YouTube)

Spike Jonze sin reklamefilm for Ikea er sett over en halv million ganger på YouTube, og for meg har den lenge vært en favoritt. I de første 45 sekundene ser vi en lampe som blir flyttet ut av en leilighet, plassert sammen med søpla på gaten og erstattet med en ny slank og høyreist lampe. Regnet kommer plaskende ned og vi synes virkelig synd på den våte lampen. Men så dukker en svensk -amerikaner opp og minner oss på at det bare er ei lampe. Den har ingen følelser. Det er et komisk øyeblikk. Jeg føler meg lurt og ler av min egen naivitet. Jeg har vist filmen til mange og aldri opplevd noen som ikke trekker på smilebåndet når svensk -amerikaneren åpenbarer det åpenbare. Han kaller oss gale som synes synd på lampen. Har han rett?

Narrativ film kan nå oss emosjonelt på mange måter. Vi kan bli rørt av et vakkert bilde, glad av funky redigering eller irritert på gjentakende klisjeer. Likevel skriver Murray Smith at et sentralt aspekt ved filmopplevelsen er vår evne til å respondere emosjonelt på fiktive karakterer (Smith 1995:1). Robert McKee går enda lenger i sin kjente manusmanual *Story*: "If the writer fails to fuse a bond between filmgoer and protagonist, we sit outside feeling nothing" (McKee 1999:143). Det er ikke sikkert McKee har helt rett i denne bastante påstanden, men det er grunn til å tro at karakterene har stor betydning for den emosjonelle filmopplevelsen.

Hvordan etableres dette båndet mellom tilskuer og karakter? Hvorfor ønsker vi at det skal gå godt for noen og verre for andre? Tilsynelatende er ikke dette noe stort mysterium. Som i den virkelige verden finner vi noen mennesker sympatiske og andre usympatiske. Vi holder med de vi liker og tar avstand fra de vi misliker. Dette synes greit nok, men av og til skiller måten vi engasjerer oss med fiktive karakterer seg fra hvordan vi forholder oss til virkeligheten. For eksempel kan vi sympatisere med karakterer vi vanligvis ville hatt lite til overs for var de virkelige mennesker. I tillegg kan vi synes synd

på, for eksempel, en lampe, slik tilfellet er med ikeafilmen.

Reklamefilmen reiser på denne måten noen interessante problemstillinger i forhold til filmens evne til å vekke følelser i og med at den får oss til å føle sympati for et dødt objekt. Under normale omstendigheter kan vi kanskje føle vemod eller glede over å kaste en lampe, men jeg våger påstå at det er sjelden vi synes synd på en. Det er derfor grunn til å tro at våre følelser for lampen blir vekket av egenskaper ved filmuttrykket, ikke lampen i seg selv. Filmen er også interessant fordi den så effektivt, med få innstillinger, uten tekst eller dialog, over et kort tidsrom klarer å etablere følelser for lampen.

Kort fortalt vil jeg i denne oppgaven forsøke å gi svensk-amerikaneren svar på tiltale. Er vil gale som synes synd på lampen?

1.2 Problemstilling

Utgangspunktet for denne oppgaven er en fascinasjon for den audiovisuelle fortellingens emosjonelle appell. Hvorfor blir vi beveget, ofte sterkt, av levende lyd og bilde? Ikeafilmen gir en interessant innfallsvinkel til dette store spørsmålet. For det første er filmteksten kort, noe som gir muligheter for en detaljert analyse, og for det andre har lampen egenskaper, eller mangel på sådan, som gjør den emosjonelle opplevelsen unik i forhold til hva vi føler for virkelige fenomener. Antagelsen er derfor at analysen vil avdekke noen særegne kvaliteter ved audiovisuelle fortellingens evne til å vekke følelser. Problemstillingen vil være:

*Hvordan inviterer Spike Jonzes reklamefilm for Ikea
tilskueren til en følelse av sympati for en lampe?*

Greg M. Smith gjør en viktig presisering i forhold til film og følelser som jeg har valgt å inkludere i min problemstilling. Han skriver at det kan være uheldig å tenke at det er en direkte sammenheng mellom en bestemt film og en bestemt opplevelse. Ulike tilskuere kan oppleve filmen på ulike måter, og såfremt man ikke spør tilskueren direkte vil det være uheldig og kanskje uriktig med en deterministisk innstilling. Derfor bør man, slik Smith foreslår, tenke at filmen *inviterer* til å føle, ikke at den *får* oss til å føle. Tilskueren kan akseptere eller avslå denne invitasjonen, men hvis hun aksepterer, vil filmen

gi noen føring, eller følge noen konvensjoner som styrer opplevelsen (Smith 2003:12). Det er disse føringene jeg vil studere i denne oppgaven. Jeg kommer tilbake til dette i kapittel 1.5.

Begrepet *sympati* krever også en avklaring da det kan brukes noe ulikt. For eksempel brukes det av og til i betydningen å *synes synd på* (Oxford Advanced Learner's Dictionary 2005:1556)¹. Denne forståelsen vil jeg hevde er allment brukt og dukker også opp i litteraturen². Carl Plantinga presiserer derimot at *sympati*, og heller ikke *empati* som jeg kommer tilbake til, er følelser i seg selv³.

«Neither sympathy nor empathy are in themselves emotions, but rather a capacity or disposition to respond with concern to another's situation, and often an accompanying tendency to have congruent emotions, that is, emotions that share a similiar valence» (Plantinga 2009:98).

Noël Carroll er på linje med Plantinga og definerer *sympati* som vedvarende å *bry seg om* noen eller å ha en ikke forbigående *pro -holdning* til noen (Carroll 2008:177). Andre norske uttrykk kan være *samfølelse*, eller å ha en *velvillig innstilling* (Norsk Ordbok med 1000 illustrasjoner 2008:1156). Det å synes synd på noen faller innunder denne definisjonen, men *sympati*, slik Carroll definerer det, kan også innby til andre følelser. Vi kan glede oss med noen som vinner, føle frykt for noen som er i fare, munterhet med noen som ler osv.

I denne oppgaven finner jeg det likevel relevant å benytte meg av begge betydningene⁴, ettersom jeg faktisk synes synd på lampen. Samtidig vil jeg forsøke å skille klart mellom dem. Dette gjør jeg både av hensyn til nøyaktig referering, men også fordi nyansen kan avdekke interessante aspekter ved karakterengasjementet. Går det an å skille mellom en *pro -holdning* og følelsene vi har for karakteren? Eller har følelsen av å *synes synd*

¹ Jeg bruker her en engelsk ordbok ettersom de fleste kildene i denne oppgaven er skrevet på engelsk.

² Denne betydningen av begrepet dukker gjerne opp ved at *sympati* eksemplifiseres med situasjoner hvor vi synes synd på noen. Anne Gjelsvik skriver for eksempel: "Det menneskelig gjenkjennelige er viktig for eksempel i Disneys dyreskikkelser, eller når barn føler *sympati* med den ildsprutende dragen som blir fanget i lenker i animasjonsfilmen *Shrek* (2001)" (Gjelsvik 2007:17) .

³ Jeg vil likevel skrive vendinger som å *føle sympati*. Her skylder jeg på konvensjoner i det norske språket.

⁴ Det finnes flere betydninger, men det er disse som er relevant for denne oppgaven.

på betydning for pro -holdningen? Jeg vil i det følgende referere til sympati i betydningen pro-holdning som *sympati(a)* og sympati i betydningen å synes synd på som *sympati(b)*. Jeg har valgt å ikke bytte ut begrepene med andre begreper, fordi begge betydningene vises til som sympati i litteraturen. En ny begrepsbruk vil bare være forvirrende, selv om en nyansering av begrepene kanskje er på sin plass.

Selv om problemstillingen legger vekt på *sympati* vil jeg også drøfte betydningen av empati i oppgaven. Både Murray Smith og Margrethe Bruun Vaage, som er sentrale teoretikere i denne oppgaven, argumenterer for at følelsen av sympati og empati ofte virker sammen og utfyller hverandre. Smith hevder at empati fungerer innenfor en generell struktur av sympati, mens Vaage skriver at empati også kan være en forutsetning for sympati (Smith 1995:103 & Vaage 2008:29). Samtidig har den empatiske opplevelsen lenge blitt brukt for å beskrive tilskuerens engasjement med fiktive filmkarakterer⁵. Det vil derfor være relevant å drøfte hvilken betydning empati har for følelsen av sympati for lampen i ikeafilmen.

1.3 Begrepsavklaring og Avgrensning

I denne oppgaven vil jeg analysere en reklamefilm ved hjelp av teorier utviklet for spillefilm. Dette kan være problematisk, men jeg vil i neste kapittel forsøke å begrunne en slik tilnærming. Samtidig vil jeg ofte referere til ikeareklamen som *film*. Dette gjør jeg både i mangel på et bedre ord, men også fordi reklamefilm er et allment begrep. Alternativt kunne jeg ha referert til filmen som *reklamen*, men jeg opplever at dette er mer upresist da begrepet reklame omfatter en rekke sjangere og uttrykksformer. Jeg vil dessuten ikke berøre noen problemstillinger som angår reklame direkte i denne oppgaven. Mitt hovedanliggende er å studere tilskuerens engasjement med lampen.

En sentral problemstilling innenfor feltet film og følelser er *fiksjonsparadokset*. Hvorfor reagerer vi emosjonelt på noe vi vet ikke er ekte?

⁵ Både Margrethe Bruun Vaage og Murray Smith tolker *identifikasjon* slik det har blitt forstått innenfor psykoanalyseinspirert filmteori som en beskrivelse av en empatisk opplevelse (Vaage 2008:8, Carroll Smith 1995:77). Også Brecht beskriver tilskueropplevelsen, i forhold til tradisjonelt tater, som en sterk følelse av empati med karakterene (Smith 1995:3). Denne forståelsen har senere blitt adoptert av filmkritikere innenfor så kalt Screen Theory (Stam 2000:145) Alex Neill skriver samtidig at det er vanlig, også i ikke-akademiske kretser å beskrive filmopplevelsen med begreper som identifikasjon og empati (Neill 2006:248).

I virkeligheten, utenfor kinosalen eller tv-stuen, vil vi ikke oppleve dette. Hvis noen forteller deg at katten din er død vil du sannsynligvis reagere med sjokk og sorg, men så, hvis dette avsløres som løgn, at katten fortsatt er i live, vil følelsen av sorg forsvinne. Vi reagerer ikke emosjonelt på noe vi vet ikke er sant. I forhold til fiksjon reagerer vi derimot som om det vi ser både er sant og ikke sant (Smith 1995:55). Vi gråter, ler, skjelver av skrekk, men løper ikke ut av salen når for eksempel dinosaurene angriper i *Jurassic Park* (Steven Spielberg 1993). Følelser for fiksjon fremstår derfor som noe av et paradoks. Dette er et interessant fenomen, men av plasshensyn vil det ikke bli berørt i denne oppgaven. Jeg vil isteden støtte meg på Murray Smith som skriver at vi må anerkjenne at mennesket har evnen til å respondere emosjonelt på minst to måter, en for faktiske hendelser og en for fiksjon. De er ikke strukturelt identiske, men deler likevel mange egenskaper (Smith 1995:57). Det er denne generelle forståelsen jeg vil legge til grunn i denne oppgaven⁶.

1.4 Filmvalget

Jeg bestemte meg tidlig for å skrive en masteroppgave innenfor temaet film og følelser, men brukte en stund på å finne et analyseobjekt som ga en interessant innfallsvinkel. Lyset gikk først opp for meg, bokstavelig talt, en dag jeg skulle vise Spike Jonze sin reklamefilm for IKEA til noen kollegaer. Det slo meg at denne filmen er interessant på flere måter. Filmen får meg til å synes synd på et dødt objekt og det uten animasjon, tale og tekst. Samtidig er det interessant at dette skjer i løpet av bare 45 sekunder. Tanken er at filmen kanskje kan problematisere teori utviklet for det mer komplekse spillefilmformatet.

Her ligger også en utfordring. Ettersom mitt analyseobjekt er en reklamefilm kan jeg ikke uten videre benytte meg av teorier utviklet for helaftens spillefilm. For eksempel er resepsjonssituasjonen ofte annerledes. En reklamefilm er et kort segment ofte flankert av andre reklamefilmer med avvikende innhold. Tilskueren er kanskje heller ikke oppmerksom på samme måten ovenfor reklame som for en spillefilm. Formspråket kan også avvike radikalt. Mest påfallende er at formatet er mindre. Jeg vil likevel argumentere

⁶ For mer om denne problemstillingen se for eksempel Walton 2006:234-245, Smith 1995:54-58 og Vaage 2007:33-36.

for at det er relevante krysningspunkter mellom Spike Jonze sin reklamefilm og klassisk spillefilm som kan begrunne en teoretisk overlapping.

Med klassisk spillefilm viser jeg til den representasjonsformen som dominerer innenfor det vestlige filmuttrykket. Det som også omtales som mainstreamfilm. Representasjonsformens viktigste kjennetegn er at handlingen står i sentrum. Bildene er ikke løsrevet og vilkårlig plassert, men virker sammen for å fortelle en sammenhengende historie. Videre preges uttrykket av at montasjen er 'usynlig', at filmen tilsynelatende forteller seg selv. (Braaten, Kulset & Solum 1994:86). "Filmens språklige virkemidler skal helst ikke vekke tilskuerens interesse og dreie oppmerksomheten bort fra det som er denne representasjonsformens hovedsiktemål; den fremadskridende handlingen" (Ibid.:86). Jeg vil argumentere for at representasjonsformen er betegnende for ikeafilms første del. Det er en sammenhengende historie som fortelles og filmspråket trekker ikke oppmerksomheten mot seg selv. Det er i denne første delen av reklamefilmen sympatien for lampen etableres. Oppgaven vil ikke ignorere bruddet som følger, men som tekst mener jeg reklamefilmen deler mange konvensjonelle trekk med spillefilmen. Jeg ser liten grunn til at teoriene jeg vil benytte i denne oppgaven ikke skal la seg overføre til denne filmen.

1.4.2 Spike Jonze

Spike Jonze, født Adam Spiegel i 1969, jobbet seg inn i filmbransjen via skateboardfilmer, musikkvideoer og reklame. Flere av musikkvideoene, blant annet Weezers *Buddy Holly* (1994), Beastie Boys *Sabotage* (1994) og Fatboy Slims *Praise you* (1998), er klassikere innen formatet. Musikkvideoene varierer fra det visuelt prangende til det helt nedstrippede og hjemmevideoaktige, og viser derfor stor variasjon både i form og innhold. Likevel er humor og ironi et gjennomgående virkemiddel i hans produksjoner (Hill 2008:109-110). Dette er også tilfelle for spillefilmproduksjonene som inkluderer *Being John Malkovich* (1999), *Adaptation* (2002) og *Where the Wild Things Are* (2009). Spike Jonze har også vært med å produsere de tre *Jackass* -filmene (2002, 2006 & 2010) (*Spike Jonze* [online] imdb.com).

Jeg har forsøkt å oppdrive utfyllende informasjon om reklamefilmen for

Ikea, men dessverre ikke lykkes. Så vidt jeg forstår har filmen aldri hatt ordinær visning i Norge. I denne oppgaven har jeg analysert versjonen som er publisert på YouTube⁷.

1.5 Metode og Teori

For best å svare på problemstillingen vil jeg foreta en tekstanalyse. Dette gir meg muligheten til å gå grundig inn i teksten og vurdere hvordan filmen inviterer til sympati. Jeg vil derfor ikke foreta empiriske publikumsundersøkelse selv om oppgaven i stor grad omhandler tilskuerens opplevelse. Bakgrunnen for dette er problemstillingens formulering. Respondentenes svar på *hvordan* filmen inviterer til sympati vil belage seg på mer eller mindre kvalifisert gjetning og jeg anser derfor en tekstanalyse som mer formålstjenlig metode i forhold til problemstillingen.

Med tekstanalyse mener jeg å dele opp teksten, i dette tilfellet ikeafilmen, og tolke hvordan enkelte faktorer er med å forme helheten. I tolkningsarbeidet støtter jeg meg til teori jeg mener er relevant for å belyse de fenomenene jeg studerer. Analysen er med andre ord inspirert av hermenautikk. Hermenautikk kan overflatisk beskrives som en metode hvor man studerer forholdet mellom deler og helheten i en avgrenset tekst. Formålet er å avdekke hvordan delene bestemmer helhetens mening. Hermenautikken har lange tradisjoner og vært særlig sentral innenfor bibelforskning. Her har hensikten vært å tolke teksten for nettopp å avdekke tekstens mening (Vinje 1993:29-38). Mening vil likevel ikke være sentralt i min oppgaven. Jeg er ikke ute etter å avdekke hva reklamefilmen forteller oss, hverken om lamper, samfunn eller konsum. Det jeg ønsker å finne ut er hvordan filmen, som helhet, inviterer til en følelse av sympati for lampen. Dette vil jeg gjøre ved å drøfte ulike sider ved filmen, for så å vurdere hvordan disse virker sammen for å fremme nettopp følelsen av sympati for lampen.

Utgangspunktet for oppgaven er *min* følelser for lampen. Dette kan virke subjektivt og lite vitenskaplig. Jeg har ingen empiri som bekrefter at andre opplever filmen på samme måte som meg. Faren er at min analyse

⁷ Spike Jonze *Ikea ad* (09.04.2006) [online] YouTube. Tilgjengelig: <http://www.youtube.com/watch?v=TsQXQGaasUg> (06.06.2011)

baserer seg på en lite allmenn opplevelse av filmen og derfor ikke er relevant for andre enn meg. Selv om det er grunn til å tro at ulike tilskuere kan oppleve filmen ulikt, vil jeg støtte meg til Noël Carroll og Greg M. Smith og forsøke å begrunne hvorfor et subjektivt utgangspunkt likevel kan være fruktbart.

Carroll argumenterer for at det trolig er en relativt homogen emosjonell respons blant tilskuerne. Grunnen til dette, foreslår han, er at filmer er pre-fokusert. Det vil si at de er konstruert for å vekke bestemte følelser hos tilskueren.

We do not usually rely upon the emotions to organize film events for us as much as we rely upon the emotions to perform this task for us in ordinary life because, in the main, fiction films have been emotionally predigested for us by the filmmakers. That is, the filmmakers have already done much of the work of emotionally organizing scenes and sequences for us through the ways in which the filmmakers have foregrounded what features of the events in film are salient. [...] The filmmakers have selected out the scene or sequence that they think are emotively significant and thrust them, so to speak, in our faces (Carroll 2006:222).

Greg M. Smith presiserer at det er umulig å si noe spesifikt om tilskuerens emosjonelle opplevelse, men at vi kan si noe om den primære emosjonelle opplevelsen filmen inviterer til. Man kan altså, ifølge Smith, si noe om den emosjonelle responsen filmen søker å oppnå, men ikke spesifisere en bestemt tilskueropplevelse. Smith er derfor enig med Carroll i at filmer legger visse føringer for den emosjonelle opplevelsen. Så sant man ønsker å bli beveget av det man ser og hører er det en rekke konvensjoner som styrer opplevelsen (Smith 2003:12). Dette får også støtte fra empiriske forskning som viser at tilskuerens respons er relativt homogen. Det er også påvist sammenfall i timingen på reaksjonene. De fleste ler for eksempel på samme sted (Tan 1996:3).

Carroll foreslår derfor, noe som jeg opplever også ligger implisitt i Smiths arbeid, at forskeren bruker seg selv som detektor. Han merker seg hvilke følelser filmen vekker i ham for så å analysere hvordan filmen initierer denne følelsen⁸ (Carroll 2006:224). Mitt utgangspunkt er at ikeafilmen inviterer

⁸ Carroll er mer spesifikt opptatt av objektet følelsene er rettet mot. I følge Carroll har alle emosjoner en kognitiv komponent. Vi er ikke bare sinte, men sinte på noe eller noen. Det er objektene

til en følelse av sympati for lampen. Analysen vil forsøksvis avdekke hvordan dette gjøres.

En sentrale teori i analysen vil være Murray Smiths *sympatistruktur*. Smiths teorier er nyttige fordi de tar for seg tilskuerens engasjement med karakterer på en systematisk måte. Dette engasjementet, skriver han, er for kompleks til å beskrives med en enkel metafor som *identifikasjon*. Derfor foreslår han at publikums relasjon, eller sympati(a) for karakterene er avhengig av tre ulike nivåer av involvering (Smith 1995:6). De tre nivåene utgjør et nyttig utgangspunkt for analyse, da de åpner for å skille ulike fenomener fra hverandre og vurdere hvordan de virker sammen.

Selv om Smith fremhever noen formale egenskaper ved filmteksten legger han størst vekt på karakterene. Greg M. Smith har i større grad konsentrert seg om stil og stemninger i sin tilnærming til den emosjonelle tilskueropplevelsen. Med hans teorier som utgangspunkt ønsker jeg også å analysere hvorvidt formale grep som musikk, mis-en-scene, utsnitt, lys og kamerakjøringer etc. har betydning for våre følelser for lampen.

Margrethe Bruun Vaage har mer inngående tatt for seg betydningen av empati i filmopplevelsen. Med utgangspunkt i hennes teorier vil jeg drøfte hvor vidt empati har betydning for følelsen av sympati for lampen. Vaages teorier vil sette søkelys på sider ved tilskuerengasjementet som kanskje ville blitt oversett uten dette perspektivet.

Teoriene jeg benytter i analysen står alle i en kognitivistisk filmteoritradisjon, og oppgaven vil følgelig plassere seg innenfor dette feltet. Kognitiv filmteori er dog i seg selv ingen helhetlig teori, men mer en retning bestående av flere teorier med noen felles teoretiske antagelser og metodisk orientering (Vaage 2008:9). Muligheten til å være pragmatisk i forhold til teorien er en av fordelene jeg opplever vil berike og nyansere analysen. Jeg kommer forøvrig tilbake med en grundigere redegjørelse for kognitiv filmteori i kapittel 2.

emosjonene er rettet mot Carroll vil vi skal være oppmerksomme på (Carroll 2006:222). Som vi skal se senere i oppgaven foreslår Greg M. Smith at filmopplevelsen også preges av følelser som ikke har en bestemt retning. Jeg vil derfor ikke forholde meg strengt til Carrolls metode i denne oppgaven, da jeg opplever at den lett kan miste av syne formale sider ved filmmediet.

1.6 Disposisjon

Jeg vil i det følgende starte med en generell redegjørelse av kognitiv filmteori. Her vil jeg klargjøre noen viktige teoretiske antagelser samt perspektiver i forhold til metode som ligger til grunn for min analyse. Videre vil jeg kort gjøre rede for begrepene *sympati* og *empati*. Dette er nødvendig for å angripe analysen med presisjon. Deretter presentere jeg Murray Smith, Greg M. Smith og Margarethe Bruun Vaages teorier før jeg gir meg i kast med analysen.

Analysen har jeg valgt å strukturere etter de ulike teoretiske innfallsvinklene. Dette opplever jeg gjør analysen mer oversiktlig og bidrar samtidig til at jeg lettere fanger detaljer ved filmen ettersom fokuset hele tiden er konsentrert. Jeg tror også denne strukturen gjør det lettere for leseren å holde tråden når det til en hver tid er klart hvilke sider ved filmen som analyseres.

2. Kognitiv filmteori

Vaage skriver at kognitiv filmteori oppsto på midten av 80-tallet som en kritikk av *Screen Theory* (Vaage 2008:9). *Screen Theory* var en tradisjon hvor også tilskueren ble viet mye oppmerksomhet. Inspirert av blant annet psykoanalysen og Brechts teaterteori inntok disse teoretikerne en heller kritisk holdning til tilskuerens innlevelse i fiksjonen, i det de kalte *identifikasjon* (f.eks. Mulvey [1975]1999:170 & Wollen [1972]1999:160). En del av kritikken som ble fremmet av kognitivistene var derfor rettet mot tidligere perspektiver på tilskueropplevelsen. Spesielt har begrepet *identifikasjon* blitt utsatt for kritikk og i stor grad erstattet med begrepene *sympati* og *empati*⁹ (Vaage 2008:8-9). Kognitiv filmteori er likevel, som tidligere skrevet, ikke en samlet teori, men en retning med noen felles teoretiske antagelser og metodisk orientering.

For det første legges det vekt på det bevisste og rasjonelle i menneskets psyke, framfor det ubevisste og irrasjonelle som ble problematisert i de psykoanalyseinspirerte teoriene¹⁰. Kognitivistene anser for eksempel tilskueren som aktiv i meningsdannelsen (Gjelsvik 2007:14). For eksempel foreslår David Bordwell at tilskueren hele tiden er aktiv i forsøket på å forstå filmen. Ved å aktivisere kognitive skjemaer konstruerer vi hypoteser for filmfortellingen, hypoteser vi stadig tilpasser og reviderer etter hvert som filmen skrider fram (Bordwell 1997:37). For det andre blir tilskueraktiviteten ansett som rasjonell. Tilskuerens forsøk på å forstå filmen er ikke en irrasjonell aktivitet (Vaage 2008:10). Dette står i kontrast til psykoanalysens vektlegging av menneskelige drifter og det ubevisste. Det står også i kontrast til filmens forførriske egenskaper slik det ble forstått innenfor *Screen Theory*¹¹. Gregory Currie påpeker likevel at tilskueren kan engasjere seg

⁹ Identifikasjonsbegrepet har blitt kritisert for å være unyansert, underforklart og også for å beskrive en uriktig tilskueropplevelse (f.eks. Carroll 1990:89, Smith 1995:2008, Gaut 2006:261 & Vaage 2008:8). Innenfor det brede spekteret av filmteori er tendensen at begrepet defineres ulikt. Det er uklart hvilken type opplevelse det vises til og om denne opplevelsen er statisk eller dynamisk (Bruun Vaage 2008:8 & Smith 1995:3).

¹⁰ Louis Baudry sammenlignet for eksempel filmopplevelsen med det å drømme (Baudry [1970]1999:127). Samtidig forklares fascinasjonen for film av Baudry som narrsistisk begjær og av Christian Metz som voyeristisk begjær (Carroll 1988:17 & Stam 2000:168-169). De har begge en forståelse av filmen som en simulering av det ubevisste og at filmen derfor stimulerer et ubevisst behov for å eksternalisere interne prosesser (Carroll 1988:44).

¹¹ Brecht argumenterte for at tradisjonelt teater skapte en sterk empatisk opplevelse med karakterene

irrasjonelt i film, men at dette engasjementet ikke er definerende for filmopplevelsen som helhet (Currie i Vaage 2008:10). Samtidig anses ikke emosjoner og rasjonalitet som dikotomi eller i konflikt innenfor kognitiv filmteori. Emosjonene virker sammen med kognisjonen for å veilede menneskets vurderinger, oppmerksomhet og handling (Vaage 2008:10).

Vaage skriver at selv om kognitiv filmteori enes om noen teoretiske posisjoner er det først og fremst metoden som bringer dem sammen. Ett fellestrekk er at den er deskriptiv, slik også min analyse vil være, ikke normativ (Vaage 2008:10-11). Dette er et klart brudd med for eksempel Screen Theory hvor distansering ble fremmet som et ideal¹². Ett annet fellestrekk er bottom-up perspektivet, hvor relevant teori påkalles av problemet som studeres, istedenfor at teorien så og si definerer problemet. Bordwell og Carroll beskriver således sin posisjon som *middel-range*, som en motsetning til *Grand Theory*. Istedenfor å starte analysen med en teori som vil forklare alle sider ved filmfenomenet tar man utgangspunkt i empirien og ut fra den forsøker å etablere generell argumenter. Forskeren skal la seg styre av problemet hun vil studere ikke av teorien hun ønsker å benytte (Carroll & Bordwell 1996:xiii). Det er det jeg vil forsøke å gjøre i denne oppgaven.

Kognitiv filmteori er også influert av analytisk filosofi. Karakteristisk for denne tradisjonen er logisk argumentasjon med ønske om eksplisitt, presis og klar argumentasjon. Den grunnleggende metoden er å presisere og differensiere konsepter (Vaage 2008:13). Mye av arbeidet vedrørende *sympati* og *empati* i forhold til filmopplevelsen er inspirert av denne tradisjonen. Her har man forsøkt å definere de ulike begrepene og drøftet hvilken betydning de har for opplevelsen av film. Deler av den kognitive

som førte til en eskapistisk innlevelse som hindret avstand og rasjonell tenkning (Smith 1995:3). Brechts teorier fikk sågar en renessanse blant kritikere assosiert med den britiske filmjournalen *Screen* på 60 og 70-tallet (Stam 2000:145). Laura Mulvey argumenterte blant annet for at innlevelsen reproducerer kjønnsforskjeller fordi tilskueren ikke evner å distansere seg til filmteksten å reflektere over filmens mannlige bias (Mulvey [1975] 1999:173-175)

¹² Innenfor Screen Theory ble filmens realisme ansett med dyp skepsis. Problemet med realismen, hevdet de, er at representasjonen framstår som en sannhet om virkeligheten, istedenfor å være en sannhet innenfor et bestemt ideologisk perspektiv. Filmen vil derfor reproducere den dominerende ideologien ved at tilskueren forføres til å akseptere ideologiske sannheter som absolutte sannheter (Hallows, Hutchings & Jancovich 2000:191). Teoretikere som Peter Wollen og Laura Mulvey fremmet derfor brudd med illusjonen av virkelighet som et ideal for filmuttrykket. Denne estetikken er synlig i arbeidet til blant annet Orson Welles og Jean-Luc Godard (Wollen [1972] 1999:160, Mulvey [1975] 1999:173 & Stam 2000:145).

filmteorien er derfor relativt teoritung, og det kan bli en utfordringene å forsøke å anvende teoriene i analysen.

2.2 Sympati og Empati

Innenfor kognitiv filmteori har begrepet *identifikasjon* i stor grad blitt erstattet med begrepene *sympati* og *empati* i et forsøk på å utarbeide en mer presis forståelse av tilskuerens engasjement med fiktive karakterer¹³ (Vaage 2008:24). I det følgende skal jeg kort gjøre rede for de to begrepene og hva som skiller de fra hverandre. Her forholder jeg meg til sympati som velvilje eller medfølelse, altså sympati(a) uten at jeg presiserer det i teksten som følger. Jeg ber derfor leseren ha dette i mente.

Ifølge Murray Smith benytter tilskueren fantasi eller forestillingsevne for å tolke og forstå filmteksten. Vi får lite ut av opplevelsen hvis vi kun registrerer bildene (Smith 1995:74). Videre viser han til Richard Wollheims tese om at mennesket har en sentral og en asentral forestillingsevne¹⁴ (Smith 1995:76). Sentral forestilling kjennetegnes ved at vi selv er sentral i fantasien. Enten ved å forestille oss, i 1. person, at vi gjør noe eller forestille oss, i 3. person, gjøre noe eller forestille oss at man er noen andre som gjør noe. Ved asentral forestilling posisjonerer vi oss derimot ikke i fantasien. Vi forestiller oss for eksempel følelsen av å hoppe fra ti-meteren uten å plassere oss i et narrativ hvor dette utspiller seg. Asentral forestilling kjennetegnes derfor ved at vi ikke inntar noe bestemt perspektiv i fantasien (Vaage 2008:24). Overført til filmopplevelsen vil asentral forestilling være beskrivende for de situasjonene hvor vi kun observerer handlingen utenfra, mens sentral forestilling forekommer når vi simulerer karakterens opplevelse fra innsiden ved, så og si, å oppleve situasjonen fra karakterens perspektiv. Vi bruker fantasien og plasserer oss selv i karakterens sted¹⁵ (Vaage 2007:40-41).

¹³ Det finnes unntak. Berrey Gaunt forøker for eksempel å rehabilitere identifikasjonsbegrepet, mens Noël Carroll foreslår å erstatte *identifikasjon* med *assimilasjon* (Gaunt 2006:260-269 & Carroll 1990:95-96).

¹⁴ Min oversettelse av ordet *central imagination* og *acentral imagination*. Vaage bruker begrepene sentral og asentral *innlevelse* i sin norske framstilling (Vaage 2007:39).

¹⁵ Denne forståelse av empati bygger på *simulation theory* som ikke er en enerådende teori innenfor filosofi og kognitiv psykologi hva angår empati. Denne oppgaven vil likevel ikke gi seg i kast med en teoretisk diskusjon rundt fenomenet empati da mitt hovedanliggende er å skille sympati og empati fra hverandre, og drøfte hvilken betydning de to opplevelsene har for tilskueren. For mer se Vaage 2008.

Wollheim kobler sentral og asentral forestilling med henholdsvis empati og sympati. Sympati oppleves når vi føler *for* en person, eller karakter, uten at vi opplever situasjonen slik han gjør det. Følelsene våre kan derfor være forskjellig fra den vi føler for. Vi ser at en gutt har vondt i foten, men istedenfor å forestille oss hans smerte og fortvilelse synes vi synd på han. Vi opplever ikke situasjonen slik han gjør det. Empati oppleves derimot når vi forestiller oss hvordan det er å være gutten. Vi forsøker å se situasjonen fra hans perspektiv og føler og tenker slik vi tror han gjør det (Vaage 2007:39-42).

En viktig presisering i forhold til empati er at hverken Vaage eller Smith anser den empatiske opplevelsen som total i den forstand at vi opprettholder et empatisk engasjement for en karakter gjennom hele narrative. Tilskueren kan engasjere seg empatiske i adspredte scener og med ulike karakterer (Vaage 2008:71). Forståelsen av empati er derfor annerledes enn den varige opplevelsen som ofte ligger implisitt i identifikasjonsbegrep¹⁶.

Empati er i tillegg en samlebetegnelse for flere ulike, men beslektede opplevelser. I tillegg til simulering nevner Smith for eksempel motorisk og affektiv etterligning og autonome reaksjoner, som det å skvette (Smith 1995:96-102). Jeg vil uansett ikke ta for meg disse fenomenene her da jeg anser dem som mindre relevant for oppgaven.

Jeg vil i neste kapittel legge empatibegrepet litt på is og konsentrere meg om sympati(a) i det jeg presenterer Murray Smiths teorier om karakterer og sympatistrukturer.

¹⁶ Laura Mulvey skriver for eksempel at vi identifiserer oss med den mannlige hovedpersonen når vi ser film. Denne identifikasjonen kan bare opphøre når filmens virkelighetsillusjon brytes (Mulvey [1995] 1999:173-175).

3. Murray Smiths Sympatistruktur

Murray Smith argumenterer for at tilskuerens relasjon til fiktive filmkarakterer er for kompleks til at den kan beskrives med én enkel metafor som *identifikasjon*. Smith har isteden identifisert tre ulike nivåer av involvering med karakterer som til sammen utgjør det han kaller filmens *sympatistruktur*. Spesielt, hevder Smith, har kritikere en tendens til å blande sammen det han kaller *sentrering* og *troskap*¹⁷. Disse to nivåene interagerer, men kan ikke reduseres til en enkel definisjon som *identifikasjon*. Som han selv skriver kan man godt sentreres med en karakter man ikke har troskap til. I tillegg til *sentrering* og *troskap* foreslår Smith et tredje nivå; *gjenkjennelse*¹⁸ (Smith 1995:6-7).

Sentralt i Smiths teori er anerkjennelsen av en aktiv tilskuer. Han presiserer at de ulike nivåene ikke må forstås som et lukket tekstuelt system. Filmen har ingen strukturerende kraft som trenger seg på en passiv forsvarsløs tilskuer, men krever samarbeid for å framstå meningsfull. Både tekstens struktur og tilskuerens kunnskaper, forventninger og forforståelse er nødvendig i den meningsskapende prosessen (Smith 1995:19). Han distanserer seg derfor fra *immanensprinsippet* som sto sterkt i den strukturalistiske forskningstradisjonen, hvor man studerte teksten som en autonom enhet isolert fra dens produsenter og konsumenter (Hausken 1999:56).

3.2 Gjenkjennelse

Gjenkjennelse beskriver tilskuerens konstruksjon av karakteren. Hvordan hun ved hjelp av tekstlige elementer, vanligvis bilde av en kropp, oppfatter en helhetlig karakter. Følelsen av sympati er alltid rettet mot noen, eller i vårt tilfelle; noe, og derfor er gjenkjennelsen av karakteren viktig. *Gjenkjennelse* er likevel en side ved filmopplevelsen vi lett tar for gitt (Smith 1995:82).

Skal vi *kjenne igjen* en karakter fra en scene til den neste må det være sammenheng i de tekstlige elementene. Dette utelukker likevel ikke utvikling

¹⁷ Jeg bruker Torben Grodals oversettelse av begrepet *alignment* til *sentrering* og Siss Viks oversettelse av begrepet *allegiance* til *troskap* (Grodal 2007:89 & Smith 1999).

¹⁸ Jeg bruker Siss Viks oversettelse av begrepet *recognition* til *gjenkjennelse* (Smith 1999).

og forandring, skriver Smith. Det avgjørende er kontinuitet¹⁹ (ibid.:82). Gjenkjennelse krever derfor både individualisering og re-identifisering av karakteren. Vi vil for eksempel ha problemer med å re-identifisere, eller kjenne igjen, en statist fra en scene til den neste. Det er ifølge Smith fordi statisten ikke er individualisert. Han har ingen gjenkjennelig kropp, ansikt eller idiolekt og vi sitter derfor med lite informasjon som setter oss i stand til å skille en statist fra en annen (Smith 1995:110-112). Statister er derfor ikke *gjenkjennelige* med Smiths terminologi²⁰ (Smith 1995:116).

Gjenkjennelsen baserer seg ikke bare på de tekstlige tegnene, men også på tilskuerens forkunnskaper og forforståelse. Sentralt i Smiths teori er derfor forholdet mellom filmen og virkeligheten. I følge Smith baserer vi gjenkjennelsen på en mimetisk hypotese. Det vil si at vi forventer at det er en sammenheng mellom de tekstlige tegnene og virkelige fenomener. For eksempel forventer vi at det er en analogi mellom karakterer og virkelige mennesker (Smith 1995:53-54). Derfor, når vi ser John Malkovich i *Being John Malkovich* (Spike Jonze 1999), antar vi at han er et frittstående individ, slik vi opplever at virkelige mennesker er det, og når vi ser hans skallede hode trekker vi på erfaringer fra virkeligheten og slutter at han er en mann. Vi går altså ut ifra at det er samsvar mellom fiksjonen og den virkelige verden, helt til dette blir eksplisitt motbevist (Smith 1995:54).

Smith foreslår altså at tilskueren tar utgangspunkt i at det er en analogi mellom karakterer og virkelige mennesker. Smith hevder ikke at alle karakterer ser ut som mennesker, men at de har et minimum av menneskelige egenskaper (Smith 1995:24). For eksempel i filmen *Knerten* (Åsleik Engmark 2009) er en del av narrativet sentrert rundt en pinne og selv om pinnen har relativt umenneskelige ytre attributter opplever vi at den er menneskelig i det at den har én kropp, kan snakke, har følelser, intensjoner, personlighet osv. Smith går derfor langt i å sammenligne hvordan vi

¹⁹ Smith er for øvrig på linje med Peter Wollen når han vektlegger gjenkjennelse i sympatistrukturen. Wollen mener at filmens emosjonelle fortrylling kan svekkes ved å bryte karakterkontinuiteten. "Det er umulig å opprettholde konsekvens i motivasjonene når karakterene selv er usammenhengende, spaltede, avbrutte, sammensatte og selvkritiske" (Wollen [1972]1999:160).

²⁰ Dette er litt upresist fra min side og hviler på en mangelfull definisjon av statist. Smith viser spesifikt til de vietnamesiske statistene i filmen *Born on the fourth of July* (Smith 1995:116).

gjenkjenner virkelige fenomener som mennesker og tekstlige tegn som karakterer, og definerer sågar karakter som det fiktive analogt med menneske (Smith 1995:21). Videre viser han til kognitiv psykologi for å utdype hvordan gjenkjennelsen foregår.

For å oppfatte og forstå omgivelsene våre benytter vi oss, ifølge kognitiv psykologi, av kognitive skjemaer. Skjemaer er, kort fortalt, mentale strukturer eller klynger av kunnskap som setter oss i stand til å tolke stimuli og forme forventninger. Skjemaene styrer også oppmerksomheten vår (Bordwell 1997:31). I forhold til å gjenkjenne mennesker, og karakterer, foreslår Smith at vi benytter et personskjema som består av nødvendige karakteristikker, eller knagger som gjør oss i stand til å identifisere noe som et menneske, eller en karakter. Smith presiserer at det er vanskelig å skissere eksakt hvordan dette skjemaet ser ut, men finner støtte blant kollegaer for at vi benytter et slikt skjema og at det på dette grunnleggende nivået er krysskulturelt (Smith 1995:21). Smith setter opp sju karakteristikker som han mener kan være inkludert i personskjemaet:

1. En atskilt kropp, individualisert og kontinuerlig gjennom tid og rom;
2. perseptuell aktivitet, inkludert selvbevissthet;
3. intensjoner, som tro og begjær;
4. emosjoner;
5. egenskapen av å bruke og forstå naturlig språk;
6. kapasitet til egeninitiert handling og selvrefleksjon;
7. potensial for egenskaper og varige attributter.

(Ibid.:21)

Når vi konstruerer karakterer aktiviserer vi personskjemaet for så å revidere det på bakgrunn av informasjonen som blir presentert i teksten, foreslår Smith (Smith 1995:21-22).

Gjenkjennelse beskriver ikke bare det å individualisere og re-identifisere en karakter, men også hvordan vi konstruerer hele karaktertegningen. Det vil si hvilke egenskaper, tilbøyeligheter, humør, uvaner, verdier etc. karakteren har. I denne prosessen aktiviseres en rekke

skjemaer, også skjemaer knyttet til skuespillere og stjernesystemet (Smith 1995:119-120).

3.3 Sentrering

Sentrering viser til hvordan filmen gir oss tilgang til, og plasserer oss i forhold til, karakterens handlinger, tanker og følelser og på denne måten kontrollerer kunnskapsflyten mellom karakterene og mellom karakterene og tilskueren. Selv om narrativet ofte sentreres rundt karakteren(e) vi sympatiserer med, skriver Smith at det er viktig å skille ut dette nivået i sympatistrukturen fordi det ikke er noe i veien for at vi også kan bli sentrert med usympatisk karakterer (Smith 1995:6-7). Videre skiller Smith mellom to former for sentrering, *spatio -temporal sentrering* og *subjektiv tilgang*.

Spatio -temporal sentrering viser til hvordan narrativet følger karakterene. Bildene vi ser kan for eksempel vise én og samme karakter i ulike situasjoner eller hoppe mellom ulike karakterer i ulike situasjoner (Smith 1995:83). Konkret vil det altså si hvordan kamera, eller bildet, følger historien. Den reneste formen for spatio -temporal sentrering vil være et narrativ som aldri forlater en bestemt karakter eller objektene som er gjenstand for denne karakterens oppmerksomhet. Altså bilder av karakteren og bilder som sammenfaller med blikket til denne karakteren²¹. Smith skriver selv at dette vil være et veldig sjeldent tilfelle (Smith 1995:147). Uansett er det ikke uvanlig at kamera følger én karakter, om enn ikke så strengt som Smith skisserer. *127 timer* (Danny Boyle 2010) og *Children of Men* (Alfonso Cuarón 2006) er eksempler på dette. I andre enden av skalaen finner vi tandemfilmer som *Magnolia* (Paul Thomas Anderson 1999), *Short Cuts* (Robert Altman 1993) og *Hawaii, Oslo* (Erik Poppe 2004), hvor narrativet følger ulike karakterer på ulike steder til ulike tider.

Filmspråket kan også gi *subjektiv tilgang* til karakterene. Det vil si at vi får et direkte inntrykk av karakterenes persepsjon eller innblikk i hva de tenker og føler. Begrepet *subjektiv tilgang* er for øvrig nært beslektet med begrepet *fokalisering* brukt innenfor litteraturvitenskapen. Fokalisering beskriver

²¹ Uklart om han sikter til Point-of-view bilder eller også andre typer utsnitt som viser gjenstanden for karakterens oppmerksomhet.

hvordan narrativet formidler informasjon via en bestemt karakters persepsjon (Smith 1995:83). Edward Branigan har overført begrepet til filmteorien og skriver at fokuserte bilder formidler fakta om karakterenes persepsjon ved å visualisere eller verbalisere det karakteren tenker, ser eller hører. Det betyr ikke at det karakteren tenker, ser eller hører nødvendigvis er riktig i objektiv forstand, men at scenen formidler det karakteren faktisk sanser eller tenker (Branigan 1992:101-102).

Branigan skiller videre mellom *intern* og *ekstern fokusering*. Intern fokusering viser til informasjon om karakteren som ikke kan observeres av andre karakterer i fiksjonen. Dette kan være drømmer, hallusinasjoner og flashback, men også Point-of-view bilder²² (Branigan 1992:103). Ingen andre karakterer kan se hvordan en annen karakter ser. *Ekstern fokusering* forklares av Branigan som et semi -subjektivt uttrykk. Vi observerer karakteren fra utsiden, men når noe er fokusert, ser, eller hører vi det karakteren ser eller hører. Disse innstillingene kjennetegnes ofte ved at utsnitt og vinkling sammenfaller med blikkretningen til karakteren. Vi ser hva karakteren ser på og når han ser, men ikke fra hans unike posisjon (ibid.:103).

Det er likevel forskjell på det Branigan beskriver som *fokusering* og Smiths begrep *subjektiv tilgang*. Når en scene er fokusert er den filtrert via en karakter. Scenen er spesifikt knyttet til karakterens persepsjon. Smiths begrep går mer i retning av å få innblikk i karakterenes indre liv. Derfor skriver han at også skuespillerkunst og musikk kan bidra til subjektiv tilgang fordi det kan formidle noe om karakterens følelser og psykologi (Smith 1995:150-152). I filmen *The King's Speech* (Tom Hooper 2010) gir de første bildene av den kommende Kong George mye informasjon om karakterens indre liv. Stammingen, det fortvilte blikket, svetten, rykningene i ansiktet og de hjelpeløse blikkene mot hustruen er faktorer som gir subjektiv tilgang. Scenen er likevel ikke fokusert. Smith presiserer videre at fokusering, og da POV-bildet spesielt, ikke nødvendigvis gir subjektiv tilgang (Smith 1995:157).

3.4 Troskap

Smith skriver at *troskap* er det nivået som ligger nærmest begrepet

²² Heretter referert til som POV -bilder

identifikasjon i dagligtalen. På dette nivået gjør tilskueren en moralsk evaluering av karakterene. Har de gode hensikter? Handler de moralsk prisverdig? Ser de snille ut? osv. Troskap krever, ifølge Smith, at tilskueren har troverdig tilgang på karakterens sinnstilstand og forstår konteksten for karakterens handlinger. Den moralske evalueringen skjer på grunnlag av denne kunnskapen. Videre konstruerer tilskueren en moralsk struktur hvor de ulike karakterene organiseres og hierarkisk rangeres etter tilskuerens preferanser (Smith 1995:84). Smith legger derfor stor vekt på relasjonene i fiksjonsuniverset i forhold til tilskuerens evaluering av de ulike karakterene. Sympati(a) med karakteren oppstår når tilskueren evaluerer karakterens egenskaper som moralsk prisverdige, eller i alle fall foretrukket, i forhold til de andre karakterene i fiksjonen (Smith 1995:188). Dette kan forklare hvorfor vi av og til sympatiserer med usympatiske karakterer på film. Selv om vi under andre omstendigheter ville ha opplevd dem som usympatiske, kan de være relativt mer sympatiske enn andre karakterer i fiksjonsuniverset. På grunn av dette, kan de tross sine lite tiltalende egenskaper, likevel påkalle seg tilskuerens sympati(a) (Smith 1995:194).

Smith skriver at det er mange ulike faktorer som bidrar til filmens moralske orientering. Med moralsk orientering menes narrativets moralske organisering og hierarkiske rangering av karakterene. Det er altså tilsvarende den moralske vurderingen tilskueren foretar seg. Smith legger spesielt vekt på karakterenes handlinger, ikonografi, musikk, stjernesystemet og lingvistiske teknikker (Smith 1995:84). Som vi skal se finner vi ikke mye av dette i ikeafilmen og det blir interessant å se hvordan dette nivået aktiviseres i filmen.

Jeg vil nå se nærmere på Greg M. Smith sine teorier i forhold til filmens stemning. Disse teoriene er ikke direkte knyttet til karakterene, men vil være et godt utgangspunkt for å vurdere hvilke betydning stilen har i forhold til tilskuerens relasjon til lampen.

4. Følelser, Stil og Stemning

TV-reklame, er på samme måte som film, et audiovisuelt medium. Når vi diskuterer sympati, empati, karakterer og handling er det lett å se gjennom filmen, som om det som fortelles ikke preges av måten det fortelles på. Jeg har for så vidt vært inne på noen formale trekk i forbindelse med *sentring* i Smiths *sympatistruktur*, men filmen består selvfølgelig også av andre stilelementer som har betydning for vår emosjonelle opplevelse. Om stilens betydning skriver Bordwell:

Filmstil er viktig fordi det som folk kaller innhold, kommer til oss gjennom en bestemt bruk av mediets teknikker. Uten skuespillerens spill, bildeutsnittene, lys, komposisjon, klipping, dialog og musikk ville vi ikke kunne oppfatte fiksjonsuniverset. Stil er filmens følbare tekstur. Denne perseptuelle overflaten møter vi når vi ser og hører, og denne overflaten er vårt utgangspunkt når vi beveger oss mot plotet, tema, følelser – alt det andre som betyr noe for oss (Bordwell i Solum 2007:56, min understr.).

I det følgende skal jeg se nærmere på Greg M. Smiths *mood-cue approach*. Denne tilnærmingen er ikke begrenset til filmens stil, men jeg anser den som et nyttig utgangspunkt da den også inkluderer denne siden ved filmuttrykket.

4.2 Stemningstegn og Emosjonelle Markører

Smith stiller seg spørsmålet hvordan film kan skape forutsigbare reaksjoner hos et mangfoldig publikum. Dette spørsmålet er også relevant i forhold til ikeafilmen. Hvis tilskueren ikke synes synd på lampen vil den avsluttende vitsen ikke fungere. Smith foreslår at noe av hemmeligheten bak filmens brede og forutsigbare appell ligger i filmens evne til å etablere stemninger²³ (Smith 2003:41-42).

Film structures seek to increase the film's chances of evoking emotion by first creating a predisposition toward experiencing emotion: a mood. Films rely on being able to elicit a lower-level emotional state²⁴, which can be established with less concentrated cuing than would be required for emotion. The first task of the film is to create such emotional orientation toward the film (Smith 2003:42).

²³ *Stemning* oversatt fra *mood* (Solum 2007:58).

²⁴ Med *lower-level emotional state* sikter Smith til ikke-prototypiske emosjoner (Smith 1999:110). Dette kommer jeg snart tilbake til.

Stemning, skriver Smith, er en emosjonell tilstand som orienterer oss mot miljøet vi er i. Mer konkret er det en forventning om at vi snart vil oppleve en bestemt følelse og denne forventningen motiverer oss til evaluere miljøet i samsvar med stemningen vi er i. Stemning kan derfor sies å være en emosjonell tilstand tilsvarende oppmerksomhet (Smith 2003:38). Er stemningen lett og lystig vil oppmerksomheten vår søke ting som er morsomme. Vi vil også tolke miljøet i lys av denne stemningen og kunne le av de mest hverdagslige ting. Stemninger er derfor en predisposisjon for følelser, men samtidig avhengig av følelser for og opprettholdes. Hvis vi ikke opplever følelser som er i samsvar med stemningen, vil stemningen snart forsvinne (Smith 2003:39). Stemninger og følelser virker derfor sammen i filmopplevelsen, og i livet forøvrig.

Stemninger påvirkes derfor av prototypiske emosjoner, slik som sinne, glede, sorg osv. Disse følelsene kjennetegnes ved at de har en retning. Vi er for eksempel ikke bare sinte, men sinte på noen eller noe. Samtidig foreslår Smith at det emosjonelle systemet også kan reagere på stimuli som *assosieres* med prototypiske følelser. Vi kan for eksempel bli triste av å høre en trist melodi, uten at denne tristheten har en bestemt retning. Disse følelsene kaller Smith ikke-prototypiske emosjoner (Smith 2003:22-23). På grunn av denne fleksibiliteten i det emosjonelle systemet kan filmskaperen etablere stemninger ved å presenterer ulike, og ofte vage, perseptuelle tegn²⁵. Dette kan være ansiktsuttrykk, bevegelse, musikk, lys, mis-en-scene, kamerautsnitt, vinkler og narrative situasjoner. Det holder ikke med ett tegn, hevder Smith, da dette kan gå tilskueren hus forbi. Filmen presenterer derfor en rekke redundante tegn for å styrke muligheten for å sette tilskueren i den rette stemningen²⁶ (Smith 2003:42-43).

I forhold til min analyse vil derfor være relevant å se hva slags stemning som etableres i reklamefilmen, og hvordan dette gjøres. Videre vil jeg drøfte hvilken betydning stemningen har for følelse av sympati for lampen.

²⁵ Tegn er oversatt fra *cues*. Min oversettelse.

²⁶ Med redundant menes overflødig, ikke i den forstand at de er ubetydelige, men at det er nok tegn til å unngå flertydighet. Tegnene har heller ikke nødvendigvis noen narrativ verdi, i den forstand at de bringer historien videre, men at de ofte er inkludert kun for å sette en stemning (Smith 2003:43-44).

The first step for the mood-cue approach is for the critic to pay close attention to the way that emotion cues act together to create mood at the beginning of a film. The approach assumes that the film will use coordinated sets of cues to signal an emotional orientation toward the film as a whole (Smith 2003:44).

For å opprettholde stemningen er det viktig at tilskueren opplever regelmessige følelsesutløp²⁷. Det kan være vanskelig å skille her fordi stemninger og følelser synes nært beslektet, men ifølge Smith er ikke stemning en følelse, men en emosjonell orientering, tilsvarende oppmerksomhet. Likevel trenger vi også emosjonelle opplevelser for å opprettholde stemningen. Derfor skiller Smith mellom stemningstegn og emosjonelle markører²⁸. Emosjonelle markører brukes for å skape korte øyeblikk av emosjonelle opplevelser. Dette er ikke nødvendigvis signifikante narrative øyeblikk, da dette vil være en for begrenset kilde for emosjonelle utløp, men korte sekvenser som kan være mer eller mindre frittstående. Smith eksemplifiserer dette med korte skvettesekvenser og ekle edderkopper i åpningen av *Raiders of the Lost Ark* (Steven Spielberg 1981). Stemningstegn og emosjonelle markører virker derfor sammen for å skape og opprettholde stemninger (Smith 2003:44-48).

Mitt analyseobjekt er en relativt kort film og det kan tenkes at den ikke trenger emosjonelle utløp for å opprettholde eller skape stemning. Det vil likevel være relevant å se om man kan skille mellom stemningstegn og emosjonelle markører i denne filmen for tydeliggjøre hva slags stemning som etableres og hvordan dette gjøres.

²⁷ Smith bruker begrepet *emotional payoff*.

²⁸ *Emosjonell markør* er oversatt fra *emotional marker*. Min oversettelse.

5. Empatiens Funksjon i Filmopplevelsen

Margareth Bruun Vaage foreslår at empati har tre ulike funksjoner i filmopplevelsen. Jeg vil her bare ta for meg en av dem da jeg anser de to andre som mindre relevante i forhold til oppgaven²⁹.

Empati har betydning for filmopplevelsen, i følge Vaage, fordi vi ved å engasjere oss empatisk fyller ut huller i narrative. Det er mye som ikke fortelles i en film og uten vår evne til å tolke og tillegge informasjon vil filmteksten bli uforståelig og usammenhengende. David Bordwell foreslår for eksempel at vi fyller inn huller ved å tolke, gjette og foreta kausale slutninger, mens Murray Smith peker på hvordan vi drar nytte av erfaringer fra den virkelige verden for å forstå film (Bordwell 1997:34 & Smith 1995:5). I tillegg argumenter altså Vaage for at vi fyller igjen huller i narrative ved å engasjere oss empatisk med karakterene (Vaage 2008:81-82).

For det første hjelper den empatiske opplevelsen oss med å forstå de ulike karakterene. Ved å engasjere oss empatisk opplever vi situasjonen slik de gjør, og dette kan gi oss økt forståelse for karakterenes følelser, motivasjon og handlinger. Vi kan også lettere forstå hvilken betydning ulike situasjoner har for karakteren og da også hvilken betydning disse situasjonene har for narrative. Empatisk involvering vil på denne måten også puste liv i den fiktive virkeligheten og karakterene som befolker den. Istedenfor kun å observere handlingen på avstand får vi muligheten til å føle situasjonen og relasjonene på kroppen. Empatisk engasjement kan derfor gi en ekstra dimensjon til filmopplevelsen. Som Vaage understreker er det forskjell på å føle noe og å bli fortalt hvordan noe føles (Vaage 2008:81-82).

Jinhee Choi tror ikke bare at empatisk engasjement tilfører informasjon, men også at begrenset informasjon motiverer til empatisk involvering. Hun argumenterer for at den empatiske opplevelsen ikke nødvendigvis trigges av filmtekniske virkemidler, men motiveres av begrenset informasjon om karakterene. Jo mindre vi vet, jo større behov har vi for å engasjere oss

²⁹ Ved siden av å fylle ut med informasjon foreslår Vaage at empati bidrar til forventning og spenning samt emosjonell orientering i tolkningsarbeidet (Vaage 2008:86-94). Den siste funksjonen er for så vidt implisitt i denne oppgaven.

empatisk. Hun argumenterer derfor mot at for eksempel POV -strukturen inviterer til empatisk involvering, fordi denne montasjen ofte gir oss den informasjonen vi trenger (Choi 2005:19-20). «[...] the fact that POV shots inform us about character psychology undercuts the possibility that central imagining is needed: when we are given information about characters, there is no need to imagine it ourselves» (Choi 2005:22).

Margrethe Bruun Vaage skriver derimot at imaginær empati³⁰ er avhengig av informasjon. Tilskueren må for eksempel forstå hvem karakteren er og hvilken situasjon hun er i for å kunne forestille seg hvordan det er å være henne (Vaage 2008:70). Også Alex Neill legger vekt på kunnskap om karakteren som en forutsetning for empati, men hverken Vaage eller Neill er særlig presise i forhold til hvilken kunnskap som kreves og eventuelt hvor mye (Neill 2006:252).

I have suggested that the imaginativ activity that is characteristic of empathy involves taking another's perspective on things, imaginatively representing to oneself the thoughts, beliefs, desires, and so on of another as though they were one's own. In order to do this, however, one has to know, or at least have some beliefs about, what the other's thoughts, beliefs, and desires are (Neill 2006:254).

Vaage foreslår, i motsetning til Choi, at subjektiv narrasjon slik som *subjektiv tilgang* og *fokalisering*³¹ kan gi informasjon om karakteren som gjør det lettere å engasjere seg empatisk. For eksempel skriver hun at POV -strukturen³² imiterer vår naturlige perseptuelle oppførsel når vi er engasjerte oss empatisk med noen. Hvis vi står og snakker sammen og du plutselig ser en annen vei vil jeg, for å forstå hva du tenker og føler, naturlig følge blikket ditt og se hva du ser på. Deretter vil jeg observere ansiktet ditt for å forstå hva du føler for det du ser. POV -strukturen er derfor særlig potent i forhold til å utløse empati, foreslår Vaage (Vaage 2008:149-153). I forhold til Chois standpunkt foreslår Vaage at det her kan være snakk om to former for empati.

³⁰ Det jeg tidligere har beskrevet som simulering.

³¹ Også Alex Neill legger vekt på fokalisering, selv om han ikke bruker begrepet direkte, når han forklarer hvordan filmen inviterer til empatiske opplevelser. I en skrekkfilm vil vi være redde fordi karakterene er redde, foreslår han. Vi ser faren fra deres synsvinkel (Neill 2006:251).

³² POV -strukturen er en montasje hvor vi først ser bilde av en karakter som observerer noe for så å klippe til et POV-bilde av det som observeres. Til slutt ser vi et bilde, gjerne nært, av karakteren som reagerer på det han ser.

Den ene formen, gjerne motivert av lite informasjon, er en tilstand hvor vi forsøker å *forstå* den andre, mens den andre formen, motivert av at vi vet hva den andre tenker og føler, er opplevelsen av å *føle* det samme som den andre³³ (Vaage 153-156).

Neill er enig i at empati er en strategi for å forstå andre, men skriver samtidig at film *generelt* tilbyr relativt begrenset informasjon om karakterer. «But, as is the case with regard to actual persons, empathizing with a film fiction characters may be the only way that we have of understanding her»» (Neill 2006:255). Det vil derfor være relevant å drøfte informasjon om lampens indre liv som formidles direkte i filmen og om det finnes huller som eventuelt fylles via et empatisk engasjement.

³³ Vaage argumenterer også for at de to ulike formene for empati er relevante i forhold til to ulike filmuttrykk, men den diskusjonen ligger utenfor denne oppgaven (Vaage 2008:154).

6. Because you're crazy – Analyse av ikeareklamen

6.1 Synopsis

I filmens første innstilling kjører kamera inn mot en liten bordlampe plassert på et hjørnebord i en tilsynelatende liten stue. Stuen har lyse farger, hvite gardiner og en myk beige sofa. Vi hører en mollstemt pianoakkord og ser en kvinne fjerne lampen fra stuebordet. Bordlampen blir så båret ut og plassert sammen med søpla på gaten. Der står den alene i mørket og snart plasker regnet ned. Samtidig akkompagneres bildene av en rolig, trist pianomelodi. Snart ser vi en ny lampe i vinduet der bordlampen tidligere stod. Eieren, en ung dame, skrur av den nye lampen og stryker den litt på skjermen. Gaten er nå helt mørk.

En middelaldrende mann kommer inn i bildet. Han ser rett i kameraet og sier, på engelsk med svensk aksent: «Many of you feel bad for this lamp. That is because you're crazy. It has no feelings, and the new one is much better». Mannen går.

Til slutt i filmen vises en tekstplakat med Ikea -logoen og påskriften «unböring».

6.2 Lampen – Gjenkjennelse

Torben Grodal skriver: «The sheer presence of a living being at the beginning of a visual or verbal narrative will normally be sufficient to centre the story around this being» (Grodal 1997:89). Er det riktig å snakke om lampen som en karakter i det hele tatt? Som jeg har gjort rede for definerer Smith karakterer som det fiktive analogt med menneske, men lampen i ikeafilmen er ikke levende og har få menneskelige trekk. Den opptrer stort sett på samme måte som lamper jeg er vant med i livet for øvrig. Den står stille, rett opp og ned, og lyser så lenge den er på, har en pære som virker og er tilkoblet strøm. Det vil derfor ikke være urimelig å hevde at lampen ikke er en karakter, men kun et objekt, et interiør, som andre representasjoner av lamper på film. Hvis dette er tilfelle bryter ikeafilmen med Smiths syn på fiktive narrativ.

Our imaginative engagement with fictional narratives requires, I will argue, a basic notion of human agency or 'personhood', which is a fundamental element of both our ordinary social interaction and our imaginative activities" (Smith 1995:17).

Samtidig er det noe ved lampen som gjør at vi opplever den annerledes enn andre lamper. Det at vi synes synd på den kan tyde på at vi opplever lampen med en form for psykologi, for som Vaage skriver er det vanskelig å synes synd på noen uten at vi vet at de er triste (Vaage 2008:92).

Smith skriver at gjenkjennelse krever både individualisering og re-identifisering (Smith 1995:110). I filmen er lampen det aller første vi ser. Det er en klassisk bordlampe med en gjenkjennelig form. En rød -oransje kjegleformet skjerm er festet på en hals med lett krumning. Nederst har den en firkantet fot. Utover dette har den ingen unike trekk og vi ville vanskelig kjenne den igjen ved siden av andre mer eller mindre identiske lamper. Likevel, ettersom filmen kun viser én lampe av denne typen er den lett å re-identifisere. Siden lampen er lik fra et bilde til det neste opplever vi at det er den samme lampen vi ser gjennom hele filmen.

Lampen lar seg altså individualisere og re-indentifisere, men det vil også være tilfellet med for eksempel DeLoreanen, bilen i *Back to the Future* (Robert Zemeckis 1985), uten at vi opplever den som en karakter. Individualisering og re-identifisering er derfor en forutsetning, men ikke tilstrekkelig for å gjenkjenne karakterer. Grodal skriver:

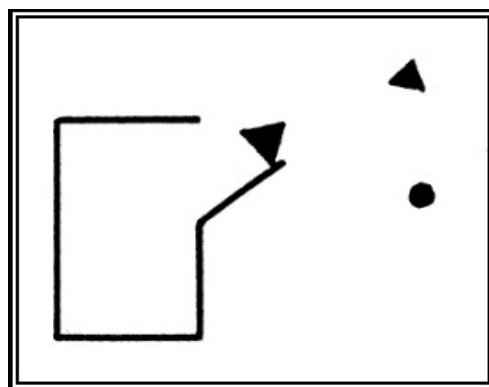
Det minimale krav til en filmfigur vil være, at den for det første besidder en minimal visuel og/ eller akustisk forankring, dvs. at vi har noget, vi kan genkende, og for det andet at figuren er i stand til at utføre et minimalt sæt af animerede aktiviteter såsom at vise følelser, bevidsthed eller handleevne (Grodal 2007:103-104).

Det første kravet imøtekommes av reklamefilmen, men det andre er tilsynelatende mer problematisk.

Det finnes en rekke filmer med 'døde' objekter sentralt i filmens narrasjon. De mest nærliggende er delvis animerte filmer som *Knerten* (Åsleik Engmark 2009) og fullanimerte filmer som *Elias og Kongeskipet* (Espen Fyksen & Lise I. Osvoll 2007). I disse filmene blir de 'døde' objektene,

henholdsvis en pinne og en båt, dog leveliggjort ved animasjon. De kan både snakke, handle og er tilsynelatende beviste med et indre liv av tanker og følelser. De 'døde' objektene innfrir derfor Grodals minstekrav til karakterer.

Fritz Heider og Marianne Simmel har påvist hvordan vi tillegger bevegelige filmfigurer menneskelige egenskaper som intensjon, motivasjon og følelser. Dette til tross for at de bevegelige figurene kun er enkle geometriske former i et todimensjonalt rom. Deres eksperiment viser at vi trenger få perseptuelle tegn for å menneskeliggjøre i utgangspunktet



(Fritz Heider [online] all-about-psychology.com)

umenneskelige objekter. Etter å ha sett korte filmer beskrev respondentene figurenes bevegelser i menneskelige termer med henvisning til motivasjon, intensjon og følelser. Dette gjorde de på tross av at figurenes bevegelser var mer eller mindre tilfeldig og figurene hadde få menneskelige trekk (Heider & Simmel 1944:243-259). Figurene innfrir uansett Grodals krav til karakterer, i og med at de er gjenkjennbare og via bevegelse viser handleevne.

Det finnes også filmer med urørlige døde objekter sentralt plassert i handlingen. *Cast Away* (Rombert Zemeckis 2000) og *Lars and the Real Girl* (Craig Gillespie 2007) er eksempler på dette. I *Cast Away* stranded Chuck, spilt av Tom Hanks, på en øde øy. Forlatt og alene utvikler han en relasjon til en volleyball han velger å kalle Wilson. Jeg vil ikke ta stilling til om Wilson kan defineres som en karakter eller ikke, da dette ville kreve en grundig analyse i seg selv, men argumentere for at tilskuerens opplevelse av Wilson skiller seg fra opplevelsen av lampen i ikeafilmen. Selv om Chuck, i all sin ensomhet, forholder seg til Wilson som et levende vesen misforstår tilskueren aldri

volleyballen for noe annet enn det den er, en volleyball. Mot slutten av filmen, da Wilson forsvinner for Chuck, inviteres vi ikke til en følelse av sympati for volleyballen, men for Chuck som har mistet noe av stor betydning for seg selv. En lignende relasjonen finner vi i *Lars and the Real Girl*. Her utvikler hovedpersonen et romantisk forhold til en sexdukke med navnet Bianca. For Lars er dukken levende det meste av filmen, men for de andre karakterene i diegesen forblir hun et dødt objekt. Tilskueren misforstår heller aldri dukken som levende. På samme måte som i *Cast Away*, oppleves det ikke trist når Bianca 'dør' mot slutten av filmen. Slik jeg opplever det imøtegår derfor hverken Bianca eller Wilson Grodals minstekrav til karakterer. Tvert imot, er det et poeng at vi opplever dem kun som objekter. Karakterenes relasjonen til disse objektene forteller mye om karakterene i filmene nettopp fordi objektene er døde.

Jeg vil argumentere for at opplevelse av lampen i ikeafilmen er annerledes enn opplevelsen av Wilson og Bianca i de to ovenfor nevnte filmene. Samtidig er det noen likheter i hvordan de framstilles. Heller ikke i ikeafilmen forholder de øvrige karakterene i diegesen seg til lampen som en levende karakter. I tagning 1, 2, 4, 5 og 6 ser vi eieren av lampen, men ingen av hennes handlinger tyder på at hun opplever lampen som levende. Snarere tvert imot. I tagning 12 stryker hun derimot hånden raskt over den nye lampen. Dette er en gest som kan tolkes som at hun tillegger den nye lampen, og kanskje lamper generelt, bevissthet og følelser, men anser jeg som vel kreativ lesning. I nest siste tagning sier svensk -amerikaneren rett ut at lampen ikke har noen følelser, og hentyder samtidig at det er et dødt objekt, men på dette punktet tar filmen en ny vending og opplevelse av lampen endrer seg. Denne vendingen kommer jeg tilbake til mot slutten av oppgaven.

Smith skriver at vi oppfatter karakterer med en forventning om at de er analoge med virkelige mennesker. Derfor, foreslår han, at vi aktiviserer et personskjema når vi introduseres for karakterer på film (Smith 1995:21). Et fruktbart utgangspunkt vil derfor være å se om lampen har noen sammenfallende karakteristikker med personskjemaet slik Smith skisserer det.

Den første karakteristikken har jeg allerede gjort rede for og viser seg å være sammenfallende. Lampen har en atskilt 'kropp' som er individualisert og kontinuerlig gjennom tid og rom. Den andre karakteristikken viser seg også å ha relevans. Her skriver Smith at vi gjenkjenner mennesker, og da også karakterer, ved at de utfører perseptuell aktivitet og har selvbevissthet (Smith 1995:21). Det er ingen konkrete tegn som vitner om at lampen har selvbevissthet, men den utfører tydelig perseptuell aktivitet. Spesielt den tredje innstillingen er av betydning. Dette bildet oppleves som et POV -bilde. Bildet er forankret i den 2. innstillingen som viser lampen gyngende på armen til eieren. Det neste bilde, den 3. innstillingen, gjenskaper den gyngende bevegelsen fra 2. innstilling, men nå er kamera rettet motsatt vei. Det er



3. innstilling

tydelig at filmskaperen med denne innstillingen gir lampen et blikk. Også innstilling 8, 10 og 12 vitner om perseptuell aktivitet fordi bildene oppleves som eksternt fokuserte. Jeg vil derfor argumentere for at lampen delvis imøtekommer den andre karakteristikken i personskjemaet. Jeg kommer for øvrig tilbake med en grundigere redegjørelse for de fokuserte bildene i neste kapittel.

Utover dette er det ingen tekstlige tegn som kommuniserer noe om lampen som sammenfaller med de andre karakteristikkene i personskjemaet. Lampen viser ingen intensjoner eller emosjoner³⁴, den hverken bruker eller demonstrerer at den forstår språk og den utfører ikke egeninitiert handling eller, for tilskueren sansbar, selvrefleksjon. I forhold til det siste punktet i personskjemaet kan man argumentere for at lampen har egenskaper og

³⁴ Dette punktet kommer jeg tilbake til.

varige attributter. Den kan for eksempel lyse, men jeg føler at dette er å strekke betydningen litt vel langt. Jeg opplever at Smith i det siste punktet sikter til egenskaper assosiert med personlighet.

Smith skriver at vi konstruerer karakterer med utgangspunkt i personskjemaet, men at vi reviderer skjemaet i forhold til informasjonen vi får i den spesifikke filmen (Smith 1995:21-22). Jeg vil argumentere for at det er noe annet som skjer i møtet med ikeafilmen. Hvis vi reviderer skjemaet i forhold til lampen ender vi kun opp med en kropp og et blikk. Dette er karakteristikk som også vil kunne beskrive et kamera og vi opplever sjelden at kameraer påkaller vår sympati(b) ved å være triste. Slik jeg opplever det reviderer vi ikke skjemaet, men legger lampen de øvrige egenskapene, egenskaper den tilsynelatende ikke har som for eksempel emosjoner og selvbevissthet. Vi reviderer derfor ikke skjemaet, men lampen. Som vi skal se i neste kapittel har lampen noen ekspressive trekk som kan tolkes som et uttrykk for emosjoner. Disse uttrykkene er ikke initiert av lampen selv, men skapt av eksterne faktorer. Når vi likevel opplever dem som et uttrykk for følelser er det, vil jeg foreslå, fordi vi har menneskeliggjort lampen. Vi har tillagt den evnen til å føle.

Menneskeliggjøringen av lampen er beslektet med det litterære grepet *besjeling*. Dette er en metaforstype som projiserer menneskelige egenskaper over på noe ikke-menneskelig. Forskjellen ligger i at besjeling innenfor litteraturen gjerne vil si å gi ikke-menneskelig objekter noen spesifikke menneskelige egenskaper, mens vi her menneskeliggjør lampen ved å tillegge den en rekke relativt uspesifiserte egenskaper (Lothe, Refsum & Solberg 2007:22). Smith beskriver på sin side fenomenet som animisme eller personifisering. Dette forekommer når vi bruker personskjemaet for å forklare og forstå ikke-menneskelige fenomener (Smith 1995:24). "More precisely, we may say that human agency functions as an heuristic in explaining non-human agency, in that we often make sense of non-human agency using the person schema" (Ibid.:24). Jeg opplever at det er dette vi gjør i forhold til lampen i ikeafilmen. Vi aktiviserer personskjemaet, men istedenfor å revidere det legger vi lampen de øvrige egenskapene, selv om det er lite i filmen som direkte vitner om at lampen har disse.

Smith bruker animasjonsfilm for å eksemplifisere hvordan personifisering fungerer. Han skriver at animerte karakterer har *nok* sammenfall med personskjemaet til at vi kan personifisere dem. Det viser seg at karakterene han tenker på har en rekke sammenfall med personskjemaet (Smith 1995:24). Hva vil da være *nok*? I forhold til lampen så vi at den ikke har flere synlige sammenfall enn det som vil være tilfelle med et kamera. Jeg er derfor usikker på om dette kvalifiserer til *nok* sammenfall. Kanskje det er noe annet som foregår her?

David Bordwell skriver at publikum møter film med forventninger og hypoteser basert på hverdagslige opplevelser og tidligere film -og kunsterfaringer (Bordwell 1997:32). Filmopplevelsen kjennetegnes ikke bare av bottom-up prosessering, det vil si kognitive prosesser med utgangspunkt i sanslig stimuli, men også top-down prosessering, hvor vi forstår og tolker sanslig stimuli med utgangspunkt i kognitive prosesser som forventninger og forforståelse. Man kan derfor si at vi er forutinntatt i møte med film og andre former for kjente representasjoner. I forhold til filmfortellingen skriver Bordwell:

The early result of story-comprehension research suggest that in our culture perceivers do tend to presuppose a particular master schema, an abstraction of narrative structure which embodies typical expectations about how to classify events and relate parts to the whole. Perceivers tend to use this master schema as a framework for understanding, recalling, and summarizing a particular narrative (Bordwell 1997:34).

Forskning viser altså at tilskueren har forventninger til ulike hendelser i en historie og hvordan disse henger sammen og utgjør en helhet. Vi bruker denne forforståelsen blant annet for å forstå nye historier vi stilles ovenfor. Videre skriver Bordwell:

Nearly all story-comprehension researchers agree that the most common template structure³⁵ can be articulated as a “canonical” story format, something like this: introduction of setting and characters – explanation of state of affairs - complicating action – ensuing events – outcome – ending” (Bordwell 1997:35)

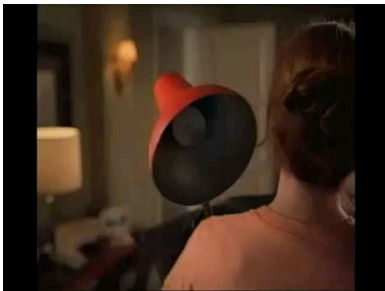
³⁵ Bordwell hevder for -forståelsen for historier utgjør et *template schemata*, et malskjema. Han sammenligner dette med et arkivsystem hvor vi kan hente fram informasjon når dette mangler og som kan teste riktig klassifisering av data. Tilskueren har med andre ord en forventning, en mal for hvordan historier er satt sammen (Bordwell 1997:34).

Det kan derfor tyde på at tilskueren anser karakterer som et sentral element i narrativer og forventer at historien vil introdusere disse tidlig. Tilskueren vil derfor kanskje ha en forventning, eller en naturlig innstilling, til å forstå lampen som en karakter. Ikke bare starter filmen med et bilde av lampen, men kameraet kjører også inn mot den og understreker dens signifikans i bildet. Sentreringen rundt lampen holder også frem til den nest siste innstillingen i filmen. Grodal er derfor kanskje inne på noe når han skriver at det blotte nærværet av en levende figur i begynnelsen av en tekst vil være nok til å sentrere historien rundt denne (Grodal 1997:89). Likevel kan det tyde på at denne figuren ikke trenger å være levende. Hvis tilskueren forventer at lampen, på grunn av måten den introduseres på, vil være en karakter vil dette kanskje alene være nok for å aktivisere personskjemaet. Man kan derfor argumentere for at det kanskje ikke er lampens karakteristikk som er avgjørende, men tilskuerens forventning til narrativer og filmens presentasjonen av lampen som den sentrale figuren i historien. Derfor, når lampen får et blikk i den tredje innstilling, har dette kanskje funksjon av å bekrefte eller forsterke tilskuerens allerede etablerte opplevelse av lampen som en karakter, det fiktive analogt med mennesker, mer enn å være en nødvendig forutsetning for en slik opplevelse.

En innvending mot dette argumentet er at Ikeafilmen ikke er en spillefilm, men en reklamefilm og at vi har ulike forventninger til de ulike formatene. Reklame trenger for eksempel ikke å være narrativ. Det kan også være en serie bilder av produkter med tilhørende pris, for å ta ett eksempel. Derfor kan det være at vi aktiviserer andre skjemaer når vi ser reklame. Likevel opplever jeg at ikeafilmen har kvaliteter som gjør at vi raskt kjenner den igjen som et narrativ, og at forforståelsen etableres i henhold til dette. Konkret hvilke kvaliteter som det her er tale om vil i seg selv kreve en utfyllende analyse som jeg av plasshensyn ikke vil gå inn på. Uansett er ikke narrative reklamefilmer et uvanlig fenomen.

Smith skriver at når vi først har gjenkjent tekstlige tegn som en karakter aktiviseres også mer kulturelt spesifikke skjemaer knyttet til sosiale roller, stereotyper og lignende (Smith 1995:22). Jeg har argumentert for at tilskueren menneskeliggjør lampen i ikeafilmen ved å tillegge den egenskaper

lamper i virkeligheten ikke har. Det kan derfor tenkes at vi også aktiviserer andre skjemaer vanligvis assosiert med mennesker fordi vi allerede har en opplevelse av lampen basert på personskjemaet. Det er for øvrig få tekstlige tegn, slik jeg ser det, som aktiviserer kulturelt spesifikke skjemaer. Likevel vil jeg argumentere for at innstilling 2 og 4 inviterer til bestemte assosiasjoner. Bildene viser lampen som blir båret av en kvinne på samme måten som hun ville ha båret et lite barn. Samtidig har lampen, med sin lille kropp og store hode, babyens proporsjoner. Jeg vil derfor argumentere for at disse bildene aktiviserer spesifikke skjemaer ved å assosiere lampen med et lite barn. Kvaliteter som uskyld, forsvarsløshet og omsorgsbehov vil være noen av knaggene i et slikt skjema, uten at jeg skal forsøke meg på en endelig avgrensning.



2. innstilling



4. innstilling

6.3 Blikk uten øyne – Sentrering

Ikeafilmen er nær ved å representere det Smith kaller den reneste formen for spatio -temporal sentrering. Det vil si at vi kun ser bilder av lampen og det som er gjenstand for lampens oppmerksomhet (Smith 1995:147). Det er kun de to siste innstillingene som viker fra denne strukturen. I det nest siste bildet beveger kameraet seg bort fra lampen og ender på et halvnært bilde av svensk -amerikaneren. Her er vi ikke lenger sentrert med lampen. Den siste innstillingen er en tekstplakat.

Jeg vil argumentere for at den gjennomgående spatio -temporale sentreringen med lampen bidrar til at vi gjenkjenner lampen som en karakter, slik beskrevet i forrige kapittel. Det svarer til tilskuerens forventning at narrativ sentreres rundt karakterer, og tilskueren vil oppleve filmen med utgangspunkt i denne forforståelsen (Bordwell 1985:35). Resonnementet er slik: Tilskueren

gjenkjenner teksten som et narrativ og forventer at narrativ sentrerer rundt karakterer, dette narrative sentrerer rundt lampen og derfor forventer tilskueren at lampen er en karakter.

For å synes synd på en noen må vi ha en formening om hva de tenker og føler. Filmen må på en eller annen måte formidle noe om karakterenes indre liv. Ikeafilmen er tilsynelatende sparsomlig med informasjon av denne typen. Her er det ingen dialog, voice-over eller oppklarende tekstplakater. Vi leser heller ingen intensjon eller motivasjon ut av lampens handlinger, i og med at den ikke handler. Det vil derfor være fruktbart å se nærmere på filmens sentreringsstruktur, og da spesielt de *fokaliserte* bildene og eventuelt former for *subjektiv tilgang*, som en kilde til informasjon om lampens psykologi og følelser.

POV -bildet, slik vi ser det i den tredje innstillingen i ikeafilmen, blir ofte forstått som særlig effektivt i forhold til å kommunisere noe om karakterers indre liv. Bela Bálázs skriver for eksempel:

We look up to Juliet's balcony with Romeo's eyes and look down on Romeo with Juliet's. Our eye and with it our consciousness is identified with the characters in the film, we look at the world out of their eyes and have no angle of vision of our own (Bálázs i Stam 2000:62).

Bálázs foreslår at når tilskuerens blikk sammenfaller med Romeo eller Juliet, deler tilskueren også karakterens bevissthet. Hvis dette er tilfelle vil tilskueren i dette øyeblikket vite alt om hvordan karakteren har det. POV-bildet blir her, slik Smith skriver ofte er tilfettet, tatt til inntekt for å representere hele karakterens psykologi (Smith 1995:156).

Smith er skeptisk til en slik instrumentell forståelsen av POV -bildet og viser til flere eksempler hvor POV -bildet ikke gir tilgang til karakterens indre liv. Likevel skriver Smith at POV -bildet i minstefall kan fortelle noe om hva karakteren er opptatt av (Smith 1995:156-157). Den tredje innstillingen i ikeafilmen forteller oss derfor, om ikke annet, at lampen, i det den forlater stuen, er opptatt av plassen sin ved siden av sofaen. Blikket flakker ikke tilfeldig omkring, men holder fast ved dette ene punktet. Den er tilsynelatende ikke opptatt av hva som venter på den andre siden, men det som forsvinner ut

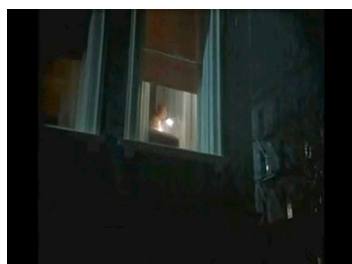
av syne.

Vi får også informasjon om lampens oppmerksomhet i de eksternt fokuserte bildene. Disse bildene finner vi i innstilling 6, 8, 10 og 12. Innstilling 6 oppleves fokusert fordi kamera er plassert rett bak lampen. Lampens 'hode', og det som oppleves som lampens blikk, er rettet i samme retning som kamera. Vi opplever derfor at vi ser det samme som lampen. I innstilling 8, 10

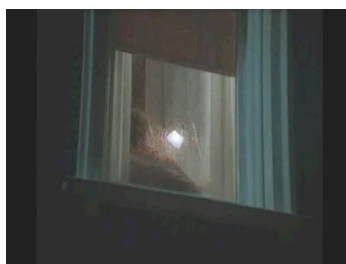


6. innstilling

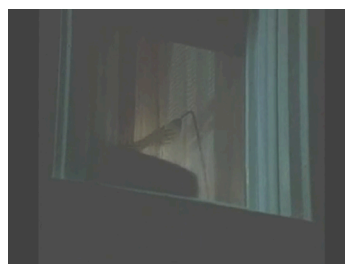
og 12 ser vi ikke lampen, men oppfatter likevel at bildene er eksternt fokuserte. Dette gjør vi fordi bildene er skutt skrått oppover og tilsvarer lampens perspektiv hadde den sett i denne retningen. Samtidig er bildene forankret i innstilling 9 og 11 hvor vi ser lampen filmet skrått ovenfra og ned³⁶. Bildene oppleves likevel ikke som POV -bilder da utsnittet er mye nærmere enn det lampens blikk ville ha tillat.



8. innstilling



10. innstilling



12. innstilling

Ved at innstilling 8, 10 og 12 oppleves fokusert forstår vi at lampens oppmerksomhet er rettet mot leilighet og plassen hvor den inntil nylig var stasjonert. Dette kommuniserer noe om lampens tanker. Det er sikkert mye å

³⁶ Sekvensen kunne ha blitt oppfattet annerledes hvis kvinnen i leiligheten hadde sett ned på gaten. Da ville vi kanskje ha opplevd at innstilling 9 og 11 var forankret i innstillingen 8, 10 og 12, altså motsatt av det som er tilfellet. Jeg vil derfor argumentere for at vi opplever innstillingene som *forankret* fordi innstilling 8, 10 og 12 sammenfaller, i retning og vinkel, med lampens 'blikk' samtidig som kvinnen og den nye lampen ser en annen vei.

feste blikket på ute på gaten, men lampen er tydeligvis mer opptatt av det den allerede kjenner. Vi tolker dette dit hen at lampens oppmerksomhet er rettet mot leiligheten, og at det er noe ved leiligheten som opptar dens tanker.

Innstilling 8, 10 og 12 inneholder også annen relevant informasjon. I disse innstillingene ser vi den nye lampen og, i innstilling 12, kvinnens hånd stryke over lampeskjermen. Fordi bildene oppleves fokaliserte 'vet' vi at lampen faktisk ser kjærtegnet. Jeg vil argumentere for at dette også har betydning for hvordan vi forstår lampens indre prosesser, men det kommer jeg tilbake til i kapittel 6.6.

Tidligere i oppgaven viste jeg til Noël Carroll som hevder filmer er pre-fokuserte. Med det mener han blant annet at filmskaperne fremhever sider ved en hendelse som er viktig og viser scener og sekvenser som han/ hun mener er emosjonelt signifikante (Carroll 2006:222). Hvis vi vrir litt på argumentet kan vi si at de fokaliserte bildene ikke bare viser *hva* lampen er opptatt av, men også at disse perseptuelle opplevelsene er viktige for karakteren. De viser ikke bare *noe* lampen er opptatt av, men *det* den er opptatt av. Vi opplever derfor at det er en sammenheng mellom det lampen ser og det den tenker. Det kan virke unødvendig å vektlegge dette i analysen fordi konvensjonen er så innarbeidet. Vi tar det for gitt at bildene vi ser skal forstås som signifikante. Likevel synes jeg det er relevant å belyse dette fordi, som Smith skriver, er det ingen nødvendig sammenheng mellom persepsjon og tanker. "[...] the mind is not always consumed by what the eyes see, and what the eyes sees does not itself tell us what the mind thinks" (Smith 1995:157). Når jeg likevel argumenterer for at det er en sammenheng mellom lampens blikk og lampen tanker, er det fordi tilskueren opplever persepsjonen som betydningsfull for karakteren.

Jeg foreslår altså at de fokaliserte innstillingene formidler hva lampen er oppmerksom på og at disse perseptuelle opplevelsene er viktig for karakteren. I innstilling 3 er lampen oppmerksom på plassen sin ved sofaen som blir stadig fjernere. I innstillingen 6 ser lampen eieren sin forsvinne opp trappen og inn i bygården og i innstilling 8, 10 og 12 ser bordlampen den nye lampen plassert der den selv tidligere sto. I innstilling 12 ser bordlampen i

tillegg kvinnen stryke den nye lampen. De fokuserte innstillingene formidler derfor noe om hva som opptar lampen i situasjonen, men det er viktig å påpeke at de ikke sier noe direkte om hva lampen tenker i forhold til det den ser. Hypotetisk kan den være både glad, lettet eller sint i forhold til å forlate leiligheten. Eller som svensk -amerikaneren sier: Den føler ingenting. Den er bare en lampe. Jeg vil så langt i analysen argumentere for at de fokuserte bildene i seg selv gir lite spesifikk informasjon om hva lampen tenker og føler for situasjonen den er i, men mye informasjon om hva den oppfatter og er oppmerksom på.

Slik jeg ser det gir de fokuserte innstillingene derfor det Smith kaller subjektiv tilgang i denne filmen ved å formidle noe om lampens oppmerksomhet. Utover dette er lampen relativt lite transparent, for å bruke et annet av Smiths begreper³⁷ (Smith 1995:142). Likevel er det noen øvrige tegn som forslagsvis formidler noe om lampens indre liv. Disse tegnene er subtile og jeg kan her stå i fare for å overanalysere filmen ved å tolke deler av teksten på en måte som vil være fremmed for tilskueren. Likevel opplever jeg at disse detaljene kan ha betydning for opplevelsen selv om ikke alle er dem bevisst.

Smith skriver at skuespillerens uttrykk formidler mye om karakterens tanker og følelser. Skuespillerens ekspressivitet kan derfor ifølge Smith gi subjektiv tilgang (Smith 1995:151). Jeg vil foreslå at også lampen viser en form for ekspressivitet, selv om jeg ikke ønsker å dra sammenligningen med skuespillere for langt. Det vil likevel være relevant å vurdere om også lampens ekspressivitet gir subjektiv tilgang.

Det mest iøynefallende ekspressive uttrykket finner vi i den 11. innstillingen. I innstilling 7, 9 og starten av innstilling 11 har lampen et tydelig gjenskinns på innsiden av lampeskjermen. Dette gjenskinnet forsvinner mot slutten av innstilling 11. Selv om det er den nye lampen som tilsynelatende skaper gjenskinnet opplever jeg likevel at det uttrykker noe ved bordlampen. Det er som om lampens 'ansikt' lyser. Likevel er det kanskje først når gjenskinnet forsvinner at jeg opplever lyset som et uttrykk for lampens indre

³⁷ Smith bruker begrepene *subjectiv transparency* og *subjectiv opacity* (Smith 1995:142)

tilstand. Dette kan henge sammen med at vi ser gjenskinnet forsvinne, i innstilling 11, før vi ser at den nye lampen er slukket i innstilling 12. Uansett opplever jeg at det er lampens 'ansikt' som blir mørkt i innstillingen. Jeg vil derfor argumentere for at gjenskinnet, og spesielt dets forsvinning, oppleves



11. innstilling

som et ekspressivt uttrykk. Det er som om gløden i lampen forsvinner, bokstavelig talt. Den har ikke lenger et åpent blikk og har på en måte resignert. Denne tolkningen er antageligvis påvirket av stemningen i filmen for øvrig, men dette kommer jeg tilbake til i kapittel 6.5.

Videre vil jeg foreslå at lampen uttrykker ytterligere resignasjon i innstilling 13. Her er det lampens hals som brukes ekspressivt. I denne innstillingen henger den tydelig mer med hodet enn i de øvrige tagningene. Posituren kan derfor sammenlignes med menneskelige kroppsspråk hvor et hengende hode og lut kroppsholdning ofte kommuniserer resignasjon og



13. innstilling

tungsindighet. Overgangen fra forrige bildet, en fade, oppfattes samtidig som en forflytning i tid, en vanlig konvensjon i filmspråket, og lampens endrede positur forteller derfor noe om hvordan lampen reagerer på situasjonen den er i (Braaten, Kulset & Solum 1994:32). I og med at hodet henger mer nå enn tidligere opplever vi at lampen tynges av situasjonen. Den har krympet seg

sammen. Man kan kanskje si at lampen her er animert og at den derfor innfrir Grodals minstekrav til karakterer (Grodal 2007:103-104). Jeg føler likevel at dette er å strekke definisjonene vel langt. Endringen er meget subtil, og kan like gjerne være forårsaket av regn, vind og tyngdekraften som lampens egen evne til å bevege seg. Uansett årsak vil jeg argumentere for at lampens hengende hode tolkes som et uttrykk for lampens indre liv. 'Kroppsspråket' gir subjektiv tilgang.

Smith skriver at også musikk kan gi subjektiv tilgang (Smith 1995:151). I ikeafilmen spiller også musikken en viktig rolle og jeg vil senere i oppgaven argumentere for at den påvirker hvordan vi opplever lampens indre tilstand. Samtidig vil jeg foreslå at musikken ikke er et direkte uttrykk for lampens tanker og følelser. Dette begrunner jeg med at musikken ligger som et teppe over hele filmen, uten å endre karakter i takt med lampens, om enn subtile, skiftene sinnstilstand. Musikken fortsetter også utover i innstilling 13 da kamera fjerner seg fra lampen og ender opp i et halvnært utsnitt av svensk - amerikaneren. Jeg vil derfor komme tilbake til musikken når jeg drøfter filmens stemning.

6.4 En verdiløs lampe – Troskap

Smith skriver at troskapsnivået skiller seg fra gjenkjennelse og sentrering ved at tilskueren på dette nivået ikke bare responderer kognitivt, men også emosjonelt (Smith 1995:187). Derfor har jeg også til nå i analysen lagt vekt på det tilskueren ser og forstår på et kognitivt nivå. I det følgende skal jeg drøfte hvordan teksten strukturerer tilskuerens moralske evaluering av lampen og med det nærme meg oppgavens problemstilling. For som Smith skriver:

On the basis of this evaluation, the spectator adopts an attitude of sympathy (or in the case of negative evaluation, antipathy) towards the character, and responds emotionally in an apposite way to situations in which this character is placed (Smith 1995:188).

Troskapsnivået, slik Smith redegjør for det, lar seg likevel ikke umiddelbart overføre til ikeafilmen. Det er vanskelig å begrunne vår sympati(a) for lampen i en moralsk evaluering. Vi har lite informasjon om lampens normer og verdier, og ingen handlinger vi kan vurdere som moralske eller umoralske. Fravær av handling kan selvfølgelig også være et uttrykk for

moral, eller umoral, men i lampens tilfelle er ikke fravær av handling et valg, men en ufrivillig tilstand. Man kan kanskje uansett argumentere for at lampen er mer moralsk prisverdig *i forhold til* kvinnen, lampens eier, i filmen. Hvis lampen oppleves amoralsk, er den i alle fall ikke umoralsk. Likevel føler jeg at dette er en vel kreativ lesning. Selv om kvinnen er lite sentimental i forhold til å kaste lampen, oppleves dette neppe som en umoralsk handling.

Smith skriver at ikonografi spiller en rolle, om en perifer, i filmens moralske struktur. Det vil si at vi at vi opplever at det er en sammenheng mellom karakterens utseende og moral (Smith 1995:191-192). Jeg opplever at lampens utseende i ikeafilmen vekker assosiasjoner, om enn ikke i forhold til moral, så i forhold til noen verdiladede karakteristikk. Dette blir spesielt tydelig i kontrast til den nye lampen som dukker opp i vinduet. Ved sammenligning er bordlampen liten, gammeldags, kromrygget og høstfarget. Den nye lampen er derimot slank, rettrygget, moderne og lys. Det kan derfor tenkes at lampens utseende har betydning for vår sympati(a) med den og da spesielt i kontrast til den nye lampen. Vi opplever den som en slags underdog, underlegen den nye lampen.

Carl Plantinga foreslår at det kan være andre egenskaper ved karakterer, i tillegg til moralsk evaluering, som inviterer til sympati(a). Blant annet skriver han at små karakterer, for eksempel barn, oppleves som iboende sympatiske (Plantinga 2009:108). Ed Tan er enig med Plantinga i at visuelle framtoning kan ha direkte appell. Han begrunner dette med at mennesker reagerer på noen ulærte emosjonelle stimulus og at dette har en evolusjonær forklaring. I følge Tan vil vi, for å fremme eller trygge rasens overlevelse, instinktivt reagere på noen stimuli. For eksempel viser han til Nico Henri Frijda som hevder at spedbarnet umiddelbart innbyr til beskyttende atferd. Dette skjer umiddelbart, ifølge Tan, fordi spedbarnet er lett gjenkjennelig blant annet med sitt store hode (Tan 1996:160-161). Som jeg argumenterte for i kapittel 6.2 assosierer tilskueren trolig lampen med barnet. I tillegg skriver Tan:

When someone fits into an existing person schema, then not only the meanings that are inherent in the schema are invoked but also the affect that has been attached to the schema by previous

experience (Tan 1996:168).

Hvis jeg har rett i at tilskueren gjenkjenner lampen som et barn vil lampen aktivisere skjema knyttet til barn, og selv om ikke alle er glad i de små vil jeg argumentere for at de fleste har en viss velvilje for dem. Det kan derfor synes, i lys av Plantinga og Tans teorier, som lampens barnlighet har betydning for troskapsforholdet. Lampen vil, i egenskap av å være et barn, fremstår som iboende sympatisk og derfor raskt inviterer til sympati(a)³⁸.

Plantinga skriver at troskapsforholdet også kan være basert på en vurdering av den narrative situasjonen karakteren er i, for eksempel ved å være en underdog (Plantinga 2009:108). Som jeg skrev ovenfor kan lampens utseende gjøre at vi vurderer den som en underdog i forhold til den nye lampen, men jeg vil foreslå at det er et annet forhold som har større betydning. I ikeafilmen ser vi lampen bli kastet ut av leiligheten og opplever at dette skjer mot dens vilje³⁹. Den har heller ingen skyld i denne skjebnen. Lampen oppleves derfor som et slags offer, og vi synes følgelig synd på den. Jeg vil foreslå at denne medlidenhet også kan etablere velvilje, at sympati(b) kan være en forutsetning for sympati(a). Vi vil for eksempel føle velvilje for noen som blir ranet på gaten uten at vi vet noe om denne personen fra før. I forhold til ikeafilmen vil tilskueren trolig føle sympati(a) ved å gjenkjenne lampen som et barn og det er derfor grunn til å tro at sympati(b) ikke er en forutsetning for sympati(a) i denne filmen. Likevel vil jeg argumenter for at medlidenheten, sympati(b), styrker velviljen, sympati(a), for lampen i filmen, samtidig som det også virker motsatt. Fordi vi har en velvilje til lampen føler vi også medlidenheten sterkere. Jeg foreslår derfor at de to formene for sympati virker sammen, og forsterker hverandre, i filmen.

For å synes synd på lampen må vi vite at den er trist. Den bøydde halsen i innstilling 13 og gjenskinnet som forsvinner i innstilling 11 kan tolkes som uttrykk for tristhet, men som jeg har skrevet er dette relativt subtile tegn og uttrykk som strengt tatt ikke er initiert av lampen selv. Jeg tror derfor det er

³⁸ Det finnes eksempler på at små karakterer og også med barnlige kvaliteter som ikke inviterer til sympati(a). *Gremlins* (1984, 1990) og *Child's Play* (1988, 1990, 1991, 1998 & 2004) er to filmserier hvor dette er tilfelle. Men i disse filmene har karakterene et tydelig urovekkende utseende og er utvetydig usympatiske.

³⁹ Jeg kommer tilbake til hvordan tilskueren tolker lampens opplevelse i kapittel 6.5 og 6.6.

relevant å se på hvordan filmen for øvrig informerer tilskuerens tolkning av hvordan lampen har det. Jeg vil i det følgende drøfte betydningen av stemningen i ikeafilmen samt noen stilelementer jeg mener har betydning for vår opplevelse av lampen, men som ikke har direkte innvirkning på filmens stemning.

6.5 Fra Himmel til Helvete – Stilen og Stemningens Betydning

Ikeafilmen har en gjennomgående stemning som kun brytes når svensk - amerikarene entrer scenen i nest siste innstilling. Selv om filmen er kort er det en rekke tegn som etablerer og opprettholder stemningen. Jeg vil også argumenter for at stemningskontraster er relevant for vår opplevelse av filmen, men samtidig foreslå at kontrastene ikke bryter med den gjennomgående stemningen, men tvert imot underbygger den.

Det mest påfallende stemningstegnet i ikeafilmen er musikken. Filmen starter med to dvelende akkorder før en enkel pianomelodi setter inn. Musikken har et rolig tempo og oppleves som trist eller melankolsk. Den tynne, ensomme pianostemmen er med på å forsterke dette inntrykket. Musikken bidrar derfor til å sette en trist stemning.

Greg M. Smith skriver at stemning er en tilstand som preger hvordan vi orienterer oss mot miljøet vi er (Smith 2003:38). Stemningen, delvis satt av musikken, vil derfor påvirke hvordan tilskueren tolker det han ser på skjermen. Jeff Smith skriver mer spesifikt om filmmusikk: «The spectator's propensity to search for patterns leads him to seek congruence between the emotion of the music and the events unfolding onscreen» (Smith, Jeff 1999:157). Hvis musikken er trist, vil tilskueren trolig være innstilt på at også handlingen er trist, foreslår Jeff Smith.

Carroll skriver at en av filmmusikkens viktigste funksjoner er å modifisere filmen. For å forklare hva han mener med modifisering sammenligner han filmmusikken med adjektivet. På samme måte som adjektivet karakteriserer substantivet karakteriserer musikken filmen. «The music possesses certain expressive qualities which are introduced to modify or to characterize onscreen persons and objects, actions and events, scenes or sequence» (Carroll 1996:141). Musikken tilfører filmen en ekstra ekspressiv

kvalitet, og understreker hva som er emosjonelt signifikant på det gjeldene tidspunkt (Carroll 1996:142). Videre skiller Jeff Smith mellom to ulike modifieringseffekter. Den første kaller han polarisering, den andre affektiv overensstemmelse⁴⁰. Polarisering viser til hvordan den affektive meningen i musikken flytter meningen i bildet. Dette kan forekomme hvis bildene er tvetydige, eller hvis musikken kontrasterer innholdet i bildene (Smith, Jeff 1999:160). Her skriver Jeff Smith at forskning viser at i tilfeller med klar kontrast betyr det visuelle mer enn det auditive for tilskuerens opplevelse av filmen. Musikken gir bare litt farge til den affektive meningen i bilde. Der hvor bildene er tvetydige har musikken større betydning, og den affektive opplevelsene av bildene trekkes mot den affektive betydningen i musikken (Smith, Jeff 1999:161).

Som vi skal se er det flere stemningstegn i ikeafilmen som underbygger en trist stemning og bildene oppleves derfor hverken som tvetydige eller i kontrast til musikken. Jeg vil også, i kapittel 6.6, argumentere for at tilskueren, ved å engasjere seg empatisk, tolker lampens tanker og følelser i triste valører og derfor opplever at det er en sammenheng mellom musikkens affektive betydning og lampens sinnstilstand. Jeg vil derfor foreslå at ikeafilmen er et godt eksempel på det Jeff Smith kaller affektiv overensstemmelse. Tilskueren opplever ikke at musikken fremmer en annen stemning enn det narrative og de øvrige stemningstegnene innbyr til, men at musikken og det visuelle formidler noe av det samme (Smith, Jeff 1999:160). Jeff Smith skriver videre at effekten av affektiv overensstemmelse er at filmens affektive kvaliteter intensiveres. «Through affective congruence, subjects feel emotional characteristics more strongly than they would with either image or music alone» (Smith 1999:162). Musikken har derfor minst to funksjoner i ikeafilmen. Den bidrar til å etablere en trist stemning og intensiverer følelsen av tristhet ved å være affektivt sammenfallende med det som utspiller seg på skjermen.

Jeg har tidligere argumentert for at musikken ikke kan sies å gi direkte subjektiv tilgang og begrunnet dette med at musikken ikke er strengt forankret

⁴⁰ Affektiv overensstemmelse er oversatt fra *affective congruence*. Min oversettelse.

i lampen. Likevel er stemningen i filmen, og derfor også musikken, nært knyttet til lampen. Vi opplever hverken at kvinnen, den nye lampen eller svensk -amerikaneren er triste. Dette vil jeg foreslå henger sammen med filmens sentreringsstruktur. Det er lampens historie som fortelles, og stemningen er derfor knyttet til denne. Stemningen, og musikken, preger derfor tilskuerens opplevelse av hvordan lampen har det, selv om jeg vil argumenter for at den ikke direkte er et uttrykk for lampens indre liv.

Det er også stemningstegn i filmens mis-en-scene⁴¹ og filmens tre settinger; leiligheten, gangen og gaten. Gangen er av mindre betydning, da den kun utgjør en kort innstilling. Leiligheten og gaten består derimot av klare stemningstegn som tydeliggjøres ved at de kontrasteres. Leiligheten er godt opplyst med et interiør i lyse farger. Sofaen synes myk og innbydende og på hjørnebordet, lampens plass, står det familiebilder. Samlet skaper det en stemning av varme, komfort og hjemmehygge. Gaten, derimot, er mørk og full av søppel. I innstilling 5, den første eksteriøre innstillingen, ser vi også brune blader danse i vinden ute på gaten. Dette gir assosiasjoner til høsten. En kald



1. innstilling

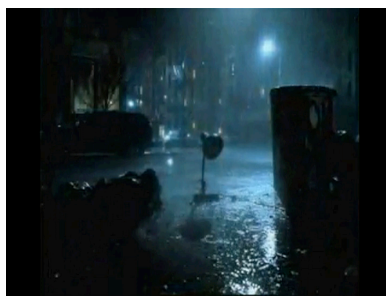


5. innstilling

og våt årstid som gjerne leses som en forfallstid. Høsten brukes således ofte som et symbol for slutten av noe, for eksempel i vendinger som *livets høst*. Også den mørk -oransje fargen på lampeskjermen oppleves som en høstfarge, lik de brune bladene på trærne. Lampens farge underbygger derfor inntrykket av høst. Regnet, fra og med innstilling 7, forsterker den dystre stemningen. Gaten er våt, kald og ugjestmild. Lampens plassering mellom søppelkassen og søppelsekken uttrykker samtidig ensomhet. Filmen etablerer

⁴¹ Mis-en-scene er kort fortalt det som er eller foregår foran kamera. Det som stilles til skue (Braaten, Kulset og Solum 1994:12).

således en kontrast mellom det varme, lyse og komfortable *inne* og det kalde, mørke, ensomme og ukomfortable *ute*. Samtidig er det de eksteriøre⁴² innstillingene som preger stemningen i filmen. Årsaken til dette er at disse bildene utgjør størsteparten av filmen. Samtidig er tilskueren både sentrert med, og har et troskapsforhold til lampen og opplever gaten mer relevant fordi det er her lampen befinner seg det meste av tiden. Jeg vil derfor argumenter for at mørket, regnet, høsten, søppelet og lampens ensomme plassering bidrar til å opprettholde en trist stemning i filmen, og at det dunkle og triste i disse bildene forsterkes av kontrasten med de interiøre bildene.



7. innstilling

Kontrasten har samtidig ikke bare funksjon av å skape en stemning, men gjør det også lettere for tilskueren å forstå lampen. Som vi skal se i neste kapitel foreslår jeg at tilskueren til en viss grad engasjerer seg empatisk i forhold til lampen. Forskjellen mellom stuen og gaten gjør det lett å forestille seg hvor man selv ville ha vært var man i lampens sted.

Greg M. Smith skiller mellom stemningstegn og emosjonelle markører, men det er vanskelig å finne eksempel på det siste i ikeafilmen. Likevel vil jeg argumentere for at filmen har et emosjonelt høydepunkt i innstilling 13. Utsnittet er annerledes, med lampen filmet fra siden, og for først gang kjører kamera fra lampen, ikke mot. Her er det også en pause i musikken hvor den kort etter fader ut. Som skrevet tidligere henger lampen også mer med 'hodet' i denne innstillingen. Samlet oppleves dette som resignasjon. Her har lampen gitt opp og er på det emosjonelt laveste nivået i filmen. Den er helt forlatt, ja, til og med tilskueren forlater den. Lampens skjebne synes forseglet. Her synes vi synd på lampen, en følelse som er i samsvar med stemningen som

⁴² Noen av disse bildene er filmet innenfra og ut og det vil kunne diskuteres om de faktisk er eksteriøre.

er etablert. Likevel er jeg usikker på om denne innstillingen utgjør en emosjonell markør slik Smith bruker begrepet, men jeg vil argumentere for at det er et emosjonelt forløsende bilde i og med at vi nå må forholde oss til lampens triste skjebne. Vi vet utgangen på historien, og den er trist.



13. innstilling

Jeg vil argumentere for at stemningen i filmen har stor betydning for at vi opplever lampen som trist. Spesielt musikken, men også de øvrige stemningstegnene, gjør at tilskueren tolker det visuelle med en trist orientering. Derfor vil også lampens ekspressive uttrykk, gjenskinnet som forsvinner og den bøye halsen, leses som et uttrykk for tristhet. Dette er subtile tegn som ikke kommuniserer følelser på samme tydelige måte som et ansiktsuttrykk, men ettersom stemningen utvetydig er trist tolkes de som tegn på tristhet. På samme måte gir stemningen farge til de fokuserte bildene. Jeg har tidligere argumentert for at de forteller oss hva lampen er opptatt av og at dette er viktig for karakteren. Musikken modifierer disse bildene, for å bruke Carrolls begrep. Den gir bildene en ekspressiv kvalitet. Det vil si at bildene blir ladet med tristhet. Derfor vil jeg foreslå at de fokuserte bildene ikke bare formidler hva lampen er opptatt av, men at tilskueren også tolker at synsinntrykkene gjør lampen trist.

6.5.2 Øvrige Stilelementer

Det er også noen stilelementer i ikeafilmen som vanskelig lar seg definere som stemningstegn, i alle fall direkte. Likevel er de viktige for opplevelsen av filmen. Jeg skal her ta for meg tre øvrige stiltrekk som jeg opplever som særlig relevante. Dette er kameravinkler, kamerautsnitt og kamerakjøringer.

Innstilling 8 til 12 veksler mellom å være vinklet skrått oppover og skrått nedover. Jeg har tidligere argumentert for at innstillingene som er vinklet

skrått oppover oppleves fokuserte. Samtidig vil jeg foreslå at vinklingene, også de ovenfra og ned, kan sammenlignes med hvordan vi i språket skiller mellom å *se opp til noen* og *ned på noen*. Fordi stemningen er trist opplever jeg at vinkelen i de fokuserte innstillingene kommuniserer at leiligheten er langt borte og uopnåelig. Derfor, når lampen ser opp til leiligheten og utsnittet stadig går nærmere, kan dette tolkes som om leiligheten er et sted lampen ønsker å være. Bildene, farget av stemningen, uttrykker på denne måten lengsel. Motskuddene, hvor lampen filmes ovenfra og ned gir et annet inntrykk. Disse utsnittet gjør at lampen virker liten og sårbar. Samtidig vil jeg foreslå at vinklingen stakkarsliggjør den. Den blir sett ned på og det i et sårbart øyeblikk. Den har på en måte tapt.

Ikeafilmen har også en rekke kjøring. I innstilling 1, 5, 7, 9 og 11 kjøres det inn mot lampen. Carl Plantinga skriver at dette er et grep som fokuserer tilskueren på karakterens indre liv, samtidig som det uttrykker karakterens progressive indre tilstand (Plantinga 1999:249). Likevel opplever jeg at dette ikke er beskrivende for ikeafilmen. Den eneste innkjøringen som går rett mot lampens 'ansikt' finner vi i den første innstillingen, men her har lampen enda ikke opplevd noe av relevans. Slik jeg opplever det fungerer innkjøringene, også i de øvrige innstillingen, derimot som en understrekning av hva som er viktig i bildet. Som en slags zoom. Ettersom det er lite bevegelse i bildene og lampen ikke tiltrekker seg oppmerksomhet hverken med bevegelse, mimikk eller lyd, er innkjøringen nødvendig for å fremheve hva vi skal være oppmerksomme på. Innkjøringen kompenserer derfor for karakterens manglende bevegelse. Jeg vil foreslå at kjøringene på denne måten har en funksjon i filmens sentreringsstruktur. De fremhever lampens betydning og skiller den fra de andre døde objektene i bildet. I tillegg har kjøringene en slags musikalitet i det de harmonerer med den rolige musikken i filmen. De skaper en dynamikk som ellers ville ha vært fraværende.

Som jeg har skrevet oppleves kjøringene inn mot vinduet, i innstilling 8, 10 og 12 litt annerledes. Fordi innstillingene er fokuserte oppleves bildene, farget av stemningen, som en uttrykk for en lengsel. Den siste kjøringen, i innstilling 13, har jeg også berørt. Denne kjøringen skaper et slags vendepunkt i filmen, da vi ikke lenger fokuseres inn mot lampen, men forlater

den. Denne kjøringen har derfor betydning av å være et vendepunkt og understreker lampens triste, og nå avgjorte, skjebne.

6.6 Det kalde regnet – Empati med en bordlampe

Margarethe Bruun Vaage skriver at det er vanskelig å synes synd på noen uten at vi forstår at de er triste (Vaage 2008:92). Dette resonnementet blir spesielt interessant i forhold til ikeafilmen da vi i utgangspunktet må si oss enige med svensk -amerikaneren i at lamper ikke har noen følelser, de er bare lamper. Det at vi opplever lampen som trist baserer seg i stor grad på en tolkning og jeg har så langt argumentert for at narrasjonen, stil og stemninger er med på å informere denne tolkningen. Samtidig vil jeg foreslå at tilskueren også engasjerer seg delvis empatisk for fullt ut å forstå lampens situasjon. Et empatisk engasjement er kanskje ikke avgjørende for å forstå at lampen er trist, men *hvorfor* den er trist. Dette vil også ha betydning for vår sympati(b) med lampen. Vi vil for eksempel i liten grad synes synd på et barn som gråter fordi det ikke får godteri mandag morgen.

Som jeg har nevnt er lampen lite ekspressiv i ikeafilmen. Den snakker ikke og kroppsspråket er relativt begrenset. Filmen formidler derfor lite informasjon om karakterens indre tilstand, og vil, for å følge Jinhee Chois resonnement, innby til empatisk engasjement for fylle ut informasjonshullene. Samtidig er filmen preget av subjektiv narrasjon, i form av fokaliserte innstillinger og noe subjektiv tilgang, som Choi mener vil redusere behovet for empatisk engasjement (Choi 2005:21). Vaage, på sin side, foreslår at subjektiv narrasjon spiller en viktig rolle for den empatiske opplevelsen. Hun argumenterer blant annet for at kunnskap om karakteren er en forutsetning for empati. Subjektiv narrasjon, både fokalisering og subjektiv tilgang, kan formidle informasjon om karakterens persepsjon og indre prosesser, og vil derfor lettere sette oss i stand til å engasjere oss empatisk i følge Vaage (Vaage 2008:149-153).

De fokaliserte bildene gir oss informasjon om hva lampen er opptatt av i situasjonen den er i og jeg har også argumentert for at vi, farget av filmens stemning, forstår disse perseptuelle opplevelsen som triste for lampen. Samtidig vet vi hva lampen faktisk ser, som for eksempel at kvinnens hånd

stryke den nye lampen. Alt dette er informasjon som gjør oss i stand til å sette oss i lampens sted. Også regnet, høsten, mørket og lampens ensomme plassering er informasjon som gjør oss i stand til å sentralt forestille oss lampens situasjon. Slik jeg opplever det gir den subjektive narrasjonen, ved siden av andre stilelementer og narrativet forøvrig, derfor mye informasjon om hvilken situasjon lampen er i og hva den er opptatt av, men samtidig relativt lite i forhold til hva den eksplisitt tenker og føler. På denne måten vil jeg foreslå at ikeafilmen eksemplifiserer at subjektiv narrasjon ikke nødvendigvis gir utfyllende kunnskap om karakteren slik Choi foreslår og på denne måten heller ikke nødvendigvis reduserer behovet for empatisk engasjement. Et eksempel på dette er POV -strukturen. Vaage skriver at denne strukturen ligner hvordan vi engasjerer oss empatisk i det virkelige liv, ved at vi ser hva personen, eller karakteren, ser for så å observere hvordan han reagerer. På denne måten kan vi lett sette oss selv i denne personens sted (Vaage 2008:50). I ikeafilmen finner vi igjen denne strukturen, om enn bildene er fokuserte og ikke POV -bilder i streng forstand, men her kan vi ikke lese noe ut av lampens ekspressivitet. Vi kan ikke finne ut hva lampen tenker ved å tolke ansiktsuttrykket og den sier heller ingen ting. Empati blir derfor ikke å simulere lampens følelser, men å prøve å forstå hva den tenker ved å sett seg i dens sted⁴³.

For å forstå hvorfor lampen er trist vil jeg derfor argumentere for at tilskueren engasjerer seg delvis empatisk. Tilskueren forestiller seg sentralt å være i lampens sted. Hvordan ville jeg opplevd situasjonen var jeg lampen? Vi forestiller oss hvordan det vil være å forlate den lyse, komfortable stuen, hvordan det er å stå alene i regnet ute på gaten, hvordan det er å bli dumpet og erstattet av en annen. På denne måten simulerer tilskueren hva lampen tenker og føler, og legger lampen samtidig disse tankene og følelsene. Vi forstår at den er trist og ved å engasjere oss empatisk skjønner vi at dette er fordi den føler seg forlatt, ensom, kald og kanskje også sveket. Det er i all fall dette jeg ville ha følt var jeg i lampens sted. Det empatiske engasjementet

⁴³ Dette er kanskje ikke unikt for ikeafilmen. Lev Kulshov viste for eksempel at også nærbilde av et menneskeansikt kan være tvetydig. I hans mest kjente eksperiment viste han hvordan tilskueren tolker ett å samme bilde av et ansikt ulikt i forhold til hvilke bilder det blir satt i sammenheng med. Sidestilt med bilde av mat tolket respondentene at ansiktet uttrykte sult, mens sidestilt med et barn i en kiste tolket de at det uttrykte sorg (Stam 2000:38-39).

bidrar derfor også i besjelingen, slik jeg beskrev det i kapittel 6.2. Tilskueren tillegger lampen tanker og følelser den i utgangspunktet ikke har.

Vaage skriver at empati både er en prosess for å forstå andre og emosjonelt å føle det samme som den andre (Vaage 2008:31). Jeg vil argumentere for at vi engasjerer oss empatisk i forhold til ikeafilmen for å forstå hvordan lampen har det, men at dette ikke resulterer i en følelse av lik emosjonell tilstand. Selv om jeg sentralt forestiller meg situasjonen lampen er i opprettholder jeg likevel en forståelse av at det er lampen som faktisk er i situasjonen, ikke jeg. Ved å engasjere meg empatisk gjenkjenner jeg følelser som svik, ensomhet og kulde, mens min egen emosjonelle reaksjon er at jeg synes synd på lampen. Jeg opplever derfor at outputen, for å bruke Vaages begrep, av det empatiske engasjementet er *sympati(b)*, slik Vaage foreslår ofte er tilfelle (Vaage 2008:29). Det empatiske engasjementet med lampen må derfor ikke forstås som en opplevelse av delt emosjonell tilstand, men som et forsøk på å sette oss i lampens sted for å forstå hvordan den opplever situasjonen den er i.

6.7 En svensk -amerikaner entrer scenen – Om bruddet

Grodal skriver at komedier ofte er konstruert sånn at vi distanserer oss fra den sentrerte karakterens følelser med latter (Grodal 2007:93). Dette kan også sies å være tilfelle for ikeafilmen. Når vi ler skyver vi følelsene for lampen unna. Likevel opplever jeg ikke at vi ler av *lampen* i ikeafilmen, men av oss selv. Det er som om vi har gått på en spøk og nå ler vi av vår egen naivitet og godtroenhet.

Svensk -amerikanerens inntreden på slutten av filmen kan assosieres med en film -og teatertradisjon forbundet med Bertolt Brecht på 1930 tallet. Brecht var opprinnelig teaterpraktiker og teoretiker, men hans ideer har også blitt overført til filmen, spesielt innenfor det som blir kalt *Screen theory* (Stam 2000:145). Brecht var skeptisk til tradisjonelt teater som han mente skapte en illusjonen av virkelighet blant annet gjennom en sterk følelse av empati med karakterene (Smith 1995:3). For å bryte illusjonen foreslo Brecht en rekke teknikker som ville skape en *Verfremdung*-effekt (Bjørneboe 2003:120). Han kalte således sin teaterform blant annet *anti -emosjonelt* teater (Bjørneboe

2003:110). Blant fremmedgjøringsteknikkene foreslo han at skuespilleren kunne henvende seg direkte til publikum, slik svensk –amerikaneren gjør i ikeafilmen (Stam 2000:146). Jeg opplever likevel ikke at det er svensk -amerikanerens direkte henvendelse som distanserer oss emosjonelt fra lampen, men det han sier. Jeg tror at han ved å si noe som underbygger vår sympati(b) for lampen ville ha skapt motsatt effekt. Da ville ikke den direkte henvendelsen ha distansert oss, men antagelig styrket våre følelser for lampen.

Det er svensk -amerikanerens påstand, underbygget av hans komiske framtoning og aksent, som distanserer oss. Han avslører at dette er en fiksjon og at lampen er som andre lamper, den har ingen følelser. Latteren min bekrefter at jeg på sett og vis har blitt villedet. Filmteksten har lagt til rette for, gjennom narrasjon og stil, at jeg, ved å ta i bruk mine egne kognitive disposisjoner, opplever lampen som en karakter, analogt med et menneske, eller mer presist et barn. Den har følelser! Samtidig inviteres jeg til å føle sympati(a) for den, og tolker, informert av filmens narrasjon, stil, stemning, lampen som trist. Ved å engasjere meg empatisk danner jeg meg samtidig et inntrykk av hva den tenker og føler for situasjonen den er i, og får en forståelse for hvorfor den er trist. Derfor synes jeg synd på den, der den står alene og forlatt i mørket en sen høstkveld, selv om det bare er en lampe.

7. Avslutning

Er vi gale som synes synd på lampen? Ja, kanskje litt. Det er i alle fall grunn til å tro at tilskueren selv er svært delaktig i å få lampen til å framstå som trist og kreve sympati(b). Samtidig er engasjementet med lampen en kompleks prosess som påvirkes av mange ulike faktorer.

For å synes synd på noen må vi vite at de er triste. Følelsen av sympati er derfor avhengig av at vi gjenkjenner lampen som en karakter med menneskelige egenskaper som det å kunne tenke og føle. Ettersom lampen selv er lite ekspressiv har jeg foreslått at det foregår en form for besjeling ved at tilskueren i møte med lampen aktiviserer et personskjema og tillegger den menneskelige egenskaper den tilsynelatende ikke har. Tilskueren gir lampen sjel så å si. I forhold til hvorfor personskjemaet aktiviseres har jeg foreslått to ulike mekanismer som ikke trenger å være ekskluderende. For det første gir filmskaperen lampen et blikk. Via POV –bilder og fokaliserte innstillinger opplever vi at lampen har den menneskelige egenskapen å kunne se. Dette kan kanskje være nok for å aktivisere personskjemaet, men det er samtidig en relativt begrenset egenskap. Derfor har jeg foreslått at tilskueren kanskje også aktiviserer personskjemaet fordi hun forventer at fiktive narrativ sentreres rundt karakterer. Innkjøringen mot lampen i første innstillingen, og filmens øvrige sentrering med lampen kan derfor også bidra til at vi gjenkjenner lampen som en karakter. Tilskueren forventer at fiktive narrativ sentreres rundt karakterer, det fiktive analogt med mennesket, dette narrative sentreres rundt en lampe og vi opplever derfor at lampen er en karakter.

Videre har jeg foreslått at tilskueren også tillegger lampen konkrete tanker og følelser ved å engasjere seg empatisk. Ettersom lampen selv er lite ekspressiv danner vi oss et inntrykk av hva den tenker og føler ved å sette oss i dens sted. Vi forestiller oss sentralt hvordan vi ville ha opplevd situasjonen var vi lampen og tillegger samtidig lampen våre tanker og følelser. Jeg vet for eksempel ikke om lampen føler seg ensom, noe den heller ikke gjør ettersom den bare er en lampe, men tillegger den følelsen av ensomhet fordi det er dette jeg ville ha følt var jeg i dens sted.

For å kunne sette oss i lampens situasjon trenger vi en del informasjon

om hva denne situasjonen er. Filmens Mis-en-scene har således stor betydning ved å skildre miljøet lampen er i. Kontrasten mellom leiligheten og den våte gaten tydeliggjør for eksempel en klar preferanse i forhold til hvor vi selv ville ha ønsket å være. Også de internt og eksternt fokaliserte innstillingene har stor betydning. Disse innstillingene formidler hva lampen ser og at det den ser er av betydning for den. Synsintrykkene opptar lampens tanker. Vi vet hva den opplever og hva den er opptatt av og kan derfor lettere forestille oss sentralt hvordan den har det.

Selv om jeg foreslår at et empatisk engasjement er nødvendig for fullt ut å forstå hvorfor lampen er trist, er et slik engasjement kanskje ikke nødvendig for å forstå at den er trist. Stemningen i filmen, spesielt preget av musikken, orienterer oss mot det triste. Eller som Jeff Smith foreslår søker vi å finne samsvar mellom det affektive i musikken og situasjonene på skjermen (Smith, Jeff 1999:157). Fordi stemningen er trist er vi også tilbøyelig til å tolke lampen som trist. Jeg har også argumentert for at det er et affektivt sammenfall mellom musikken i filmen og det som utspiller seg visuelt. Effekten av dette, foreslår Smith, er at tilskueren opplever emosjonelle karakteristikker sterkere (Smith, Jeff 1999:160). Sammenfallet mellom musikken og det visuelle intensiverer derfor den triste stemningen i filmen.

De øvrige stemningstegnene som den mørke gaten, regnet og løvet som blåser i vinden bidrar til å underbygge den triste stemningen. Også kameravinkler og utsnitt preger hvordan vi opplever lampen. Innstillingene filmet ovenfra og ned gjør lampen liten og stakkarslig og dette understrekes av lampens ensomme plassering mellom søppelet på gaten. De fokaliserte bildene oppleves samtidig, modifisert av musikken, som et uttrykk for lengsel.

Det er også noen ekspressive trekk ved lampen som tolkes som et uttrykk for tristhet og resignasjon. Disse uttrykkene oppleves ekspressive, foreslår jeg, fordi tilskueren allerede har menneskeliggjort lampen. Vi har tillagt den evnen til å føle. Trekkene er likevel subtile og jeg opplever at de blir tolket i samsvar med stemningen i filmen. Fordi vi er orientert mot det triste er vi også tilbøyelig til å lese disse tegnene som et uttrykk for tristhet. Det er derfor en rekke tegn i filmen som styrer oss mot en opplevelse av lampen

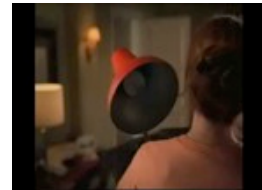
som trist uten at vi trenger å engasjere oss empatisk for å forstå dette. Likevel opplever jeg at det empatiske engasjementet styrker sympati(b) ved at vi forstår at lampen er trist fordi den føler seg ensom, forlatt og kald.

Følelsen av å synes synd på er også et resultat av at vi sympatiserer(a) med lampen. Hvis vi ikke hadde brydd oss, eller følt avsky for den, ville vi heller ikke ha syntes synd på den. I oppgaven har jeg argumentert for at tilskueren får et troskapsforhold til lampen, men at dette ikke baserer seg på moralsk evaluering. Isteden har jeg argumentert for at vi føler en naturlig velvilje ved å gjenkjenne den som et barn. Samtidig opplever vi den som en slags underdog i forhold til den nye lampen som dukker opp i vinduet. Også det at vi synes synd på den bidrar til en følelse av velvilje, altså at sympati(b) styrker sympati(a) for lampen. Jeg foreslår altså at det er ikonografien og situasjonen lampen er i som setter oss i et troskapsforhold til lampen, ikke en moralsk evaluering.

Selv om ikeareklamen er en liten film er det vanskelig å formulere et kort svar på hvordan den inviterer til en følelse av sympati for lampen. Analysen har vist at det er en kompleks prosess hvor tilskueren engasjeres på mange ulike nivåer. Trolig vil ulike filmer ha ulike strategier for å oppnå at tilskueren sympatiserer med ulike karakterer og kanskje er ikeafilmen et eksempel på at det tilsynelatende enkle ofte er det mest komplekse. Samtidig eksemplifiserer reklamen filmens evne til å nå oss emosjonelt. I løpet av bare 45 sekunder har den fått oss til å synes synd på et dødt objekt, en lampe. Og til slutt ler vi av hvor 'lett' vi lar oss villedes. Svensk –amerikaneren har rett. Vi er litt crazy...

Segmentering

Akkord (1)



3 sekunder og 6 frames

1a

Kjøring inn mot lampen.

1b

Kjøring forts.

1c

Kjøring forts.

Kvinnen skruer av lampen.

Kvinnen løfter opp lampen.

2 sekunder og 7 frames

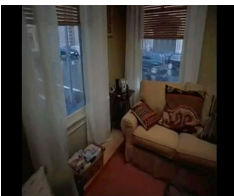
2

Kamera følger kvinnen. Kjøring.

Kvinnen går med lampen på armen.

Akkord (2)

Musikktema



2 sekunder og 23 frames

3

Håndholdt (vuggende) – fjerner seg fra hjørnet.

3 sekunder og 2 frames

4

Kjøring (Håndholdt?)

Kvinnen går ut på gaten.

3 sekunder og 3 frames

5a

Kjøring mot lampen.

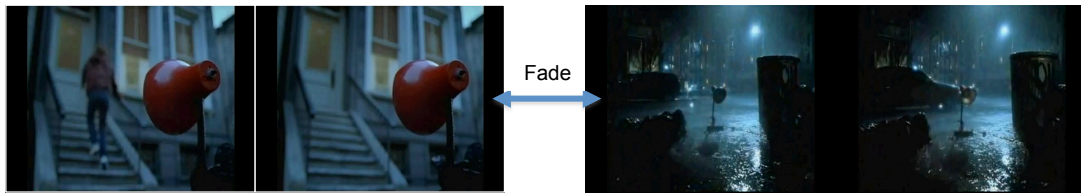
Kvinnen setter fra seg en søppelpose og lampen.

5b

Kjøring forts.

Kvinnen går fra lampen

Musikktema forts.



6 sekunder og 20 frames

6a

Lampen anskåret

Kvinnen går opp trappen.

6b

Kvinnen lukker døren bak seg.

4 sekunder og 12 frames

7a

Kjøring mot lampen

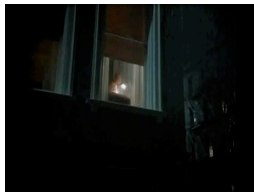
Lampen står alene i regnet.

7b

Kjøring forts.

Et gjenskinn lyser i lampeskjermen

Musikktema forts.



6 sekunder og 7 frames

8

Kjøring mot vinduet.

Kvinnen og ny lampe synes i vinduet. Kvinnen setter seg.



2 sekunder og 22 frames

9

*Kjøring mot lampen.
Filmes gjennom vinduet.*



3 sekunder og 10 frames

10

Kjøring mot vinduet.

Musikktema forts.



Fade

2 sekunder og 18 frames

3 sekunder og 11 frames

11a
Kjøring mot lampen.
Filmes gjennom vinduet.

11b
Kjøring forts.

Gjenskinnet i
lampekjermen forsvinner

12
Kjøring mot vinduet.

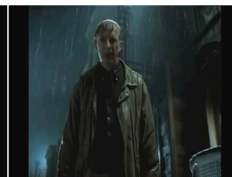
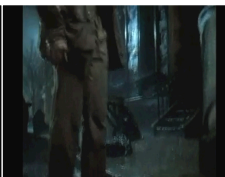
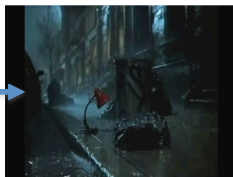
Lampen er slukket. En
hånd stryker den nye
lampen.

Diegetisk lyd: Regn

Musikktema forts.

Fade ut

Fade



13 sekunder og 3 frames

2 sekunder og 9 frames

13a
Kjøring fra lampen.

13b
Tilt opp

Mann går inn i bildet.

13c
HNÆ Mann

Mannen sier: "Many of
you feel bad for this
lamp. That is because
you're crazy, it has no
feelings. And the new
one is much better."

Mannen går ut av bildet.

14

Tekstplakat

Referanser

- Baudry, Jean-Louis (1999) "Film: Det grunnleggende apparatets ideologiske virkninger" i Fosshem, J. Hallvard (red.) *Filmteori. En antologi*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Bjørneboe, Jens (2003) *Om Brecht og Om Teater*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Bordwell, David & Carroll Noël (1996) *Post-Theory. Reconstructing Film Studies*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Bordwell, David (1997) *Narration in the Fiction Film*. London: Routledge
- Braaten, Lars Thomas; Kulset, Stig & Solum, Ove (1994) *Introduksjon til Film. Historie, Teori og Analyse*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Branigan, Edward (1992) *Narrative Comprehension and Film*. London/ New York: Routledge
- Carroll, Noël (1988) *Mystifying Movies. Fads & Fallacies in Contemporary Film Theory*. New York: Columbia University Press.
- Carroll, Noël (1990) *The Philosophy of Horror or the Paradoxes of the Heart*. New York/ London: Routledge.
- Carroll, Noël (2006) «Film, Emotion, and Genre» i Carroll, Noël & Choi, Jinhee (red.) *Philosophy of Film and Motion Pictures. An Anthology*. Malden: Blackwell Publishing. s. 217-233
- Carroll, Noël (2008), *The Philosophy of Motion Pictures*. Malden: Blackwell Publishing
- Choi, Jinhee (2005) "Leaving It Up to the Imagination: POV Shots and Imagining from the Inside" i *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 63:1, s. 17-25
- Gaut, Berys (2006) «Identification and Emotion in Narrative Film» i Carroll, Noël & Choi, Jinhee (red.) *Philosophy of Film and Motion Pictures. An Anthology*. Malden: Blackwell Publishing. s. 260-270
- Gjelsvik, Anne (2007) «Med deg selv som detektor» i Erstad, Ola & Solum, Ove (red.) *Følelser for Film*. Oslo: Gyldendal Akademisk. s. 11-29
- Grodal, Torben (1997) *Moving Pictures. A New Theory of Film Genres, Feelings, and Cognition*. Oxford: Clarendon Press
- Grodal, Torben (2007) *Filmoplevelsen – en indføring i audiovisuel teori og analyse*. Fredriksberg: Forlaget Samfundslitteratur.

- Hill, Derek (2008) *Charlie Kaufman and Hollywood's Merry Band of Pranksters, Fabulists and Dreamers: An Excursion into the American New Wave*. Herts: Kamera Books.
- Hallows, Joanne; Hutchings, Peter & Jancovich, Mark (2000) *The Film Studies Reader*. London: Arnold, a member of the Hodder Headline Group.
- Hausken, Liv (1999) "Kapittel 3: Fortellinger" i Larsen, Peter (red.) *Medievitenskap Bind 2: Medier – tekstteori og tekstanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget. s. 53-71
- Heider, Fritz & Simmel, Marianne (1944) "An Experimental Study of Apparent Behavior" i *The American Journal of Psychology*, 57:2, s. 243-259
- Lothe, Jakob; Refsum, Christian & Solberg, Unni (2007) *Litteraturvitenskaplig Leksikon*. Oslo: Kunnskapsforlaget.
- McKee, Robert (1999) *Story. Substance, Structure, Style, and Principles of Screenwriting*. London: Methuen
- Mulvey, Laura [1975](1999) "Visuell nytelse og narrativ film" i Fossheim, J. Hallvard (red.) *Filmteori. En antologi*. Oslo: Pax Forlag A/S. s. 170-181
- Neill, Alex (2006) «Empathy and (Film) Fiction» i Carroll, Noël & Choi, Jinhee (red.) *Philosophy of Film and Motion Pictures. An Anthology*. Malden: Blackwell Publishing. s. 247-259
- Norsk Ordbok med 1000 illustrasjoner* (2008) Oslo: Kunnskapsforlaget Aschehoug og Gyldendal.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2005) Oxford: Oxford University Press
- Plantinga, Carl (1999) "The Scene of Empathy and the Human Face on Film" i Plantinga, Carl & Smith, Greg M. (red.) *Passionate Views. Film, Cognition, and Emotion*. Baltimore/ London: The Johns Hopkins University Press. s. 239-255
- Plantinga, Carl (2009) *Moving viewers. American Film and the Spectator's Experience*. Berkeley/ Los Angeles/ London: University of California Press.
- Smith, Greg M. (2003) *Film Structure and the Emotion System*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, Jeff (1999) "Movie Music as Moving Music: Emotion, Cognition, and the Film Score" i Plantinga, Carl & Smith, Greg M. (red.) *Passionate Views. Film, Cognition, and Emotion*. Baltimore/ London: The Johns Hopkins University Press. s. 146-167
- Smith, Murray (1995) *Engaging Characters. Fiction, Emotion, and the Cinema*. Oxford: Clarendon Press.

Smith, Murray (1999) "Endrede tilstander: karakter og følelsesmessig respons i film" i Fossheim, J. Hallvard (red.) *Filmteori. En antologi*. Oslo: Pax Forlag A/S. s. 255-270

Solum, Ove (2007) «Følelser, stil og stemninger» i Erstad, Ola & Solum, Ove (red.) *Følelser for Film*. Oslo: Gyldendal Akademisk. s. 51-68

Spike Jonze [online] The Internet Movie Database. Tilgjengelig: <http://www.imdb.com/name/nm0005069/#Director> (24.05.2011)

Stam, Robert (2000) *Film Theory. An Introduction*. Malden: Blackwell Publishing

Tan, Ed S. (1996), *Emotion and the structure of narrative film. Film as an Emotion Machine*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Vaage, Margrethe Bruun (2007) «Hold pusten når jeg teller til tre!» i Erstad, Ola & Solum, Ove (red.) *Følelser for Film*. Oslo: Gyldendal Akademisk. s. 31-50

Vaage, Margrethe Bruun (2008) *Seeing is Feeling: The Function of Empathy for the Spectator of Fiction Film*. Oslo: Det Humanistiske Fakultet.

Vinje, Eiliv (1993) *Tekst og tolking. Innføring i litterær analyse*. Norge: Ad Notam Gyldendal

Walton, Kendall (2006) «Fearing Fictions» i Carroll, Noël & Choi, Jinhee (red.) *Philosophy of Film and Motion Pictures. An Anthology*. Malden: Blackwell Publishing. s. 234-246

Wollen, Peter [1972](1999) "Godard og motfilmen: *Vent d'est*" i Fossheim, J. Hallvard (red.) *Filmteori. En antologi*. Oslo: Pax Forlag A/S. s. 157-168

Illustrasjoner

Fritz Heider [online] All-About-Psychology.com. Tilgjengelig: <http://www.all-about-psychology.com/fritz-heider.html> (06.06.2011)

Spike Jonze *Ikea ad* (09.04.2006) [online] YouTube. Tilgjengelig: <http://www.youtube.com/watch?v=TsQXQGaasUg> (06.06.2011).

Film

Spike Jonze *Ikea ad* (09.04.2006) [online] YouTube. Tilgjengelig: <http://www.youtube.com/watch?v=TsQXQGaasUg> (06.06.2011).